



BACHELORARBEIT

Frau
Christina Dörr

**Wallenstein in Memmingen:
Ein mediales Großereignis in
der Kleinstadt – Untersuchung
des Marketingaspektes durch
Nutzung von Social Media TV**

2012

BACHELORARBEIT

Wallenstein in Memmingen: Ein mediales Großereignis in der Kleinstadt – Untersuchung des Marketingaspektes durch Nutzung von Social Media TV

Autorin:
Frau Christina Dörr

Studiengang:
Angewandte Medienwirtschaft

Seminargruppe:
AM09wT2-B

Erstprüfer:
Herr Prof. Dr. Detlef Gwosc

Zweitprüfer:
Realschul-Konrektor Jürgen Ullrich

BACHELOR THESIS

Wallenstein in Memmingen: A media hyped mega event in a micropolis – Analysis of mar- keting aspects by using social media television

author:

Ms. Christina Dörr

course of studies:

Applied Media Economics

seminar group:

AM09wT2-B

first examiner:

Mr. Prof. Dr. Detlef Gwosc

second examiner:

Deputy rector Jürgen Ullrich
.....

Bibliografische Angaben

Dörr, Christina:

Wallenstein in Memmingen: Ein mediales Großereignis in der Kleinstadt
- Untersuchung des Marketingaspektes durch Nutzung von Social Media TV

68 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2012

Abstract: Die Bachelorarbeit „Wallenstein in Memmingen: Ein mediales Großereignis in der Kleinstadt – Untersuchung des Marketingaspektes durch Nutzung von Social Media“ thematisiert in erster Linie die Geschichte der historischen Wallensteinfestspiele in Memmingen. Der Generalissimus Albrecht Wenzel Eusebius von Wallenstein hielt sich in den Sommermonaten des Jahres 1630 in der Kleinstadt im Allgäu auf, wodurch diese hohes politisches Interesse erhielt. Dieses Ereignis wurde von einer Heimatgruppe, dem Fischertagsverein zum Anlass genommen, den Einzug Wallensteins nachzuspielen. 1980 entstanden die Wallensteinfestspiele in Memmingen, die alle vier Jahre stattfinden. Mit dem Social Media Kanal „Wallenstein TV“ sollen im Jahr 2012 neue Wege beschritten werden und das Marketing der Festspiele unterstützt und optimiert werden. Das Ergebnis der Projektdurchführung wird umfassend erläutert und zeigt eine positive Nutzer-Bilanz, sowie die erfolgreiche Umsetzung von Social Media Marketing.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	IV
Fremdwörterverzeichnis	V
Abbildungsverzeichnis	VI
Vorwort	IX
1 Einleitung.....	1
2 Historie: Albrecht Wenzel Eusebius von Wallenstein	
2.1 Wallenstein im historischen Kontext - 30-jähriger Krieg	2
Wallensteins Aufenthalt in der freien Reichsstadt Memmingen	6
3 Die Wallensteinfestspiele in Memmingen	
3.1 Entstehungsgeschichte.....	8
3.2 Rekonstruktion ab 1980 anhand von Zeitzeugen-Interviews.....	9
3.3 Die Festspiele in der Gegenwart.....	11
4 Social Media als Marketing-Plattform	
4.1 Eckdaten zu Social Media	21
4.2 Fakten zum Social Media Marketing - Hauptaugenmerk: Facebook	26
5 Wallenstein TV	
5.1 Konzept: Social Media Kanal als Marketing-Support der Festspiele	29
5.2 Umsetzung	39
5.2 Chancen und Risiken.....	46
6 Untersuchung der Werbewirkung	
6.1 Zielgruppen-/Nutzungsanalyse	47
6.2 Bewertendes Fazit	53
Literaturverzeichnis	XI
Anlagen.....	XII
Eigenständigkeitserklärung	XIII

Fremdwörterverzeichnis

App	– Anwendung auf Mobiltelefonen und Laptops
Intro/Outro	– Visuelle Einleitung und Schluss eines Videos bei Youtube
Facebook Account	– Eigenes Profil im sozialen Netzwerk „Facebook“
Like	– „Gefällt-mir“-Angabe bei Facebook
Social Media	– Umfassender Begriff für soziale Netzwerke im Internet
Upload	– Das Hochladen von Inhalten ins Internet
View	– Bezeichnung für die einmalige Ansicht eines Web-Inhalts
Viralität	– Messwert, wie sich bestimmte Web-Inhalte viral verbreiten
Wikis	– (hawaiianisch für schnell) Online-Austausch von Information & Wissen
Zivilist	– Bezeichnung für nicht historisch gekleidete Menschen im Walenstein-Lager

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Familie Dörr, Wallensteinsommer 1992 (Quelle: privat)	X
Abbildung 2: Foto einer Szene des Wallenstein-Theaters 2012 (Quelle: privat)	1
Abbildung 3: Albrecht Wenzel Eusebius von Wallenstein (Quelle: http://www.aeiou.at/aeiou.encyclop.data.image.w/w129360a.jpg) aufgerufen am 18.06.12	3
Abbildung 4: Wallensteins Ermordung in Eger (Quelle: http://www.mgb-home.de/30-ErmordungWallensteins.jpg) aufgerufen am 22.06.12	5
Abbildung 5: Ausschnitt aus "Dochtermann-Chronik" (Quelle: http://stadtarchiv.memmingen.de/920.html) aufgerufen am 22.06.12)	6
Abbildung 6: Wallenstein 1983 - Screenshot der Videoaufnahmen (Quelle: privat)	8
Abbildung 7: Lagerspiele in der Grimmelschanze (Quelle: http://www.wallenstein-mm.de/programm/veranstaltungen/familie/lagerspiele/?event_date_id=61) aufgerufen am 05.07.12	12
Abbildung 8: Leiterin der Ballettschule Uschi Buhmann bei Wallenstein 1983 (Quelle: privat)	12
Abbildung 9: Theater auf dem Marktplatz (Quelle: privat)	12
Abbildung 10: Reiterspiele im Reichshain (Quelle: http://www.wallenstein-mm.de/programm/veranstaltungen/action/reiterspiele/?event_date_id=5) aufgerufen am 05.07.12	12
Abbildung 11: Wallensteins Leibwache (Quelle: privat)	16

Abbildung 12: Social-Media Smartphone Symbole (Quelle: http://www.adc.de/uploads/tx_templavoila/Teaser-gross-Social-Media.gif) aufgerufen am 11.07.12	21
Abbildung 13: Top 5 Facebook-Länder nach eMarketer, Februar 2012 (Quelle: http://tobesocial.de/sites/tobesocial.de/files/imagecache/blogwidth/Social-Media-Wachstum-tobesocial.jpg) aufgerufen am 11.07.12	24
Abbildung 14: Facebook-Wachstum in Deutschland nach "statista" (Quelle: http://www.netzschnipsel.de/wp-content/uploads/2012/05/Social-Media-Wachstum-von-Facebook-in-Deutschland.jpg) aufgerufen am 17.07.12	25
Abbildung 15: Grafik - Social Media Marketing (Quelle: http://blog.edelundfein.com/wp-content/uploads/2011/03/Social-Media-Marketing.jpg) aufgerufen am 17.07.12	26
Abbildung 16: Wallenstein TV-Logo (Quelle: privat)	29
Abbildung 17: Titelbild der Wallenstein TV-Facebookseite (Quelle: privat)	39
Abbildung 18: Screenshot mit der Veröffentlichung der Pressekonferenz (Quelle: Wallenstein TV-Facebookpage)	40
Abbildung 19: Homepage-Layout "Wallenstein TV" (Quelle: www.wallenstein-tv.de)	42
Abbildung 20: Wallenstein TV - Facebookseite am 07.08.12, 12.00 Uhr (Quelle: www.facebook.com/wallensteintv)	47
Abbildung 21: Nutzerstatistik "Wallenstein TV" nach Demografie und Ort (Quelle: www.facebook.com/wallensteintv)	48
Abbildung 22: Nutzerstatistik nach Seitenaufrufen (Quelle: www.facebook.com/wallensteintv)	49
Abbildung 23: Nutzerstatistik nach Reichweite und Frequenz (Quelle: www.facebook.com/wallensteintv)	49

Abbildung 24: Youtube-Views "Wallenstein TV" (Quelle: www.youtube.com/wallensteintv)	49
Abbildung 25: Nutzerstatistik: "Wallenstein TV" Youtube-Kanal (Quelle: www.youtube.com/wallensteintv)	50
Abbildung 26: Statistik - Youtube Top-10-Videos von Wallenstein TV (Quelle: www.youtube.com/wallensteintv)	51

Vorwort

Zunächst möchte ich etwas über meine persönliche Beziehung zu den Wallenstein-Spielen in Memmingen erzählen. Meine Eltern wirken bereits fast seit Beginn des Wiederauflebens der Festspiele im Jahr 1980 im traditionellen Theater auf dem Memminger Marktplatz mit. 1983 spielte meine Mutter sogar bereits die weibliche Hauptrolle, die „Sybille“. Sie erzählt heute noch davon, wie amüsant es doch gewesen sei, dass sie mit 31 den Gegenpart, also die Geliebte von einem damals 17-jährigen Darsteller spielen sollte. Mein sieben Jahre älterer Bruder und ich wurden quasi auf die Wallenstein-Bühne geboren und haben diesem Umstand unsere langjährige Schauspielerefahrung zu verdanken. Schauspiel und Wallenstein ist somit von klein auf meine Leidenschaft, die ich seither beibehalten habe. Es gibt wohl keinen besseren Geschichtsunterricht, als selbst in die Rolle einer historischen Figur zu schlüpfen und daher haben wir Kinder uns bereits recht früh mit dieser Epoche bestens ausgediegt.



Abbildung 3: Familie Dörr, Wallensteinsommer 1992 (Quelle: privat)

Im Jahr 1992, also im Alter von drei Jahren habe ich erstmals bei den Wallensteinspielen mitwirken dürfen. Hier entstand auch das obige Foto. Ein lustiger Fakt ist, dass das Kostüm, das meine Mutter auf dem Foto trägt, ihr erstes Wallensteinkostüm im Jahr 1983 war und es an mich übergeben wurde, als ich im Jahr 2004 mit vierzehn Jahren erstmals ein „Frauen-Kostüm“ tragen durfte. Dasselbe Kostüm trage ich auch wieder in

diesem Jahr für die Festspiele 2012. Diesmal bin ich, nicht wie die letzten beiden Male bei den Tänzern, sondern im Theater vertreten. Das ist eine Familientradition, zu der ich damit wieder zurückkehren möchte. Ich spiele im Theaterstück die Rolle der „Anna“ einer Bürgerstochter, der das ganze Getue um Macht und Geld und die Geschäftemacherei durch den Krieg ziemlich auf die Nerven geht. Es sind diese Kleinigkeiten, die die Mitwirkenden noch enger mit diesem Spektakel verbinden, denn jeder hat seine eigene Wallenstein-Geschichte und Momente an die man sich immer wieder gerne erinnert. Jeder als Individuum und doch ein großes Ganzes.

Nicht nur die Tatsache, dass es nun genau 20 Jahre her ist, seit ich zum ersten Mal ein Teil der historischen Wallensteinfestspiele in Memmingen war, sondern auch der große Zuspruch und die Unterstützung meines Bruders Bastian haben mich dazu veranlasst, dies zum Thema meiner Bachelor-Arbeit zu machen. Hierfür möchte ich mich herzlich bedanken, denn ich bin überzeugt, dass es eine gute Entscheidung war. Außerdem gilt mein Dank auch meinen Eltern, durch die ich von klein auf ein Teil von „Wallenstein in Memmingen“ sein durfte. Ebenso möchte ich mich bei meinem Zweitprüfer Herrn Jürgen Ullrich bedanken. Er ist Mitwirkender der Wallensteinspiele seit 1980 und übersetzt seither das Theaterstück, das auf dem Marktplatz aufgeführt wird ins Schwäbische. Zu guter Letzt bedanke ich mich auch noch recht herzlich bei meinem zuständigen Erstprüfer, Herrn Prof. Dr. Gwosc, dafür, dass er sich mit meiner Arbeit doch auf ein eher ungewöhnlicheres Thema einlässt.

Die Wallensteinwoche 2012 war wieder ein unvergessliches Erlebnis für mich und alle Mitwirkenden. Manchmal wollte ich schon aufgeben, weil der Stress einfach zu groß war, aber der unglaubliche Zuspruch von Freunden, aber auch von Menschen, die ich nie zuvor gesehen hatte, hat mich motiviert weiter zu machen. Jetzt wo alles vorbei ist, bin ich wahnsinnig stolz auf meine Leistung, die sogar der Oberbürgermeister persönlich gewürdigt hat. Ich habe das Gefühl mit meinem Projekt meiner Heimatstadt und allen anderen Wallenstein-Verrückten einen großen Gefallen getan zu haben und das macht mich richtig glücklich.

1 Einleitung

„Wallenstein liegt in der Luft“, schon viele Wochen vor den eigentlichen Festspielen weht der Wind aus den verschiedensten Himmelsrichtungen Trommel- und Flötenklänge bis vor die eigene Haustür. Manchmal auch schon morgens um neun an einem Wochenende. Besucher von Außerhalb werden dies zunächst nicht verstehen, doch hier finden die Vorbereitungen für das größte historische Event Europas statt. Auf Sportplätzen üben die Gruppenmitglieder der unterschiedlichen Leibwachen und Soldatengruppen das Marschieren und Exerzieren. In einem Schulhof wird für die Theateraufführung geprobt und auf einem Reitgestüt in einem nahe gelegenen Dorf stürzen sich Reiter auf ihren Pferden mit großer Geschwindigkeit den Sandplatz auf und ab. In den Stadtparks entstehen allmählich die historischen Lager und auf den Veranstaltungsplätzen werden bereits Tribünen und Bühnen aufgebaut. Die Festspiele sollen wie jedes Mal etwas ganz Besonderes werden. Wallenstein in Memmingen hat eine langjährige Tradition, die seit über 30 Jahren fortgeführt wird. Eine Stadt spielt ihre Geschichte und jeder ist mit Herz und Seele daran beteiligt. Daher ist es nicht unüblich, dass einige Gruppen schon ein bis zwei Jahre zuvor mit ihren Proben beginnen.



Abbildung 4: Foto einer Szene des Wallenstein-Theaters 2012 (Quelle: privat)

Aber warum das alles? Worum geht es bei diesen Festspielen genau und woher kommen sie? Aber vor allem: Was passiert, wenn die Modernität der Gegenwart auf das altertümliche Brauchtum trifft? All diese Fragen sollen im Folgenden erörtert werden.

2 Historie: Albrecht Wenzel Eusebius von Wallenstein

2.1 Wallenstein im historischen Kontext – 30-jähriger Krieg

Der 30-jährige Krieg, in dem Albrecht Wenzel Eusebius von Wallenstein (fortlaufend nur mit "Wallenstein" bezeichnet) eine tragende Rolle spielte dauerte vom Jahr 1618 bis 1648. Er kann in 4 einzelne Kriege aufgeteilt werden, nämlich den böhmisch-pfälzischen Krieg (1618-1623), den dänisch-niedersächsischen Krieg (1623-1629), den schwedischen Krieg (1630-1635) sowie den schwedisch-französischen Krieg (1635-1648). Parallel zum 30-jährigen Krieg verliefen außerdem der französisch-spanische Krieg, sowie der achtzigjährige Krieg. Auslöser des 30-jährigen Krieges war der Aufstand von protestantischen Ständen in Böhmen. Es entstand ein Konflikt um die Nutzung einer Kirche in Braunau, woraufhin der österreichische Erzherzog und König von Böhmen Ferdinand II. den Majestätsbrief widerrief und somit die Protestanten in Böhmen ihrer Religionsfreiheit beraubte. Protestantische Adelige drückten im Mai ihren Protest gegen die königliche Entscheidung aus, indem sie die kaiserlichen Räte Martinitz und Wilhelm Slavata, sowie deren Sekretär aus dem Fenster der Prager Burg stießen. Dieser ist als der Zweite Prager Fenstersturz am 23. Mai 1618 bis heute als Auslöser des Krieges bekannt. Beteiligte Mächte am Krieg waren zum Einen die Habsburger Mächte Österreich und Spanien mit Verbündeten, sowie zum Anderen die Gegner Schweden, Dänemark, Frankreich und die Niederlande.

Die Beweggründe sind einfach zu erklären. Es ging um einen nationalen Streit zwischen Landesständen und Zentralgewalt, der sich zu einem überregionalen Konflikt innerhalb des Römisch-Deutschen Reichs und dann sogar zu einem gesamteuropäischen Krieg entwickelte. Im Großen und Ganzen ging es hierbei um machtpolitische Gründe, also mehr um die Hegemonie, als um die Religion, durch die der Krieg eigentlich begonnen hatte. Der Krieg hinterließ in Teilen des deutschen Reichs große Verwüstungen und kostete ca. drei bis vier Millionen Menschen das Leben, wobei die meisten davon Opfer der Seuchen ab dem Jahr 1634 waren.

Die endlos scheinenden Konflikte mussten auch finanziert werden und dies geschah tatsächlich nach dem Motto: „Der Krieg ernährt den Krieg“, wie es Friedrich Schiller der Figur des Isolani im Teil „Die Piccolomini“ seiner Wallenstein-Trilogie in den Mund legte. Es war Gang und Gebe, dass das Heer in dem von ihnen besetzten Landstreifen

Abgaben eintrieb. Meist in Form von Geld, aber auch Verpflegung. Somit kam das jeweils besetzte Land für die Kriegskosten auf. Wo diese Methode anfänglich noch sehr geregelt angewendet wurde, so häuften sich während des Andauerns des Krieges die Anzahl von Plünderung, Raub und Mord. Ein wichtiger Fakt zum 30-jährigen Krieg ist, dass sich zu dieser Zeit der Buchdruck nach Gutenberg rasant über ganz Europa verbreitet hat. Dies ist eine technische Neuerung, die besonders zu Zeiten der Uneinigkeit über die Religionen eine wichtige Rolle spielt, da zunächst stets die Bibel gedruckt wurde. Am 24. Oktober 1648 endete schließlich der 30-jährige Krieg mit dem Westfälischen Frieden.

Welche Rolle spielte nun der Generalissimus Albrecht Wenzel Eusebius von Wallenstein im Treiben des 30-jährigen Krieges? Erzählungen über sein Leben gibt es viele. Zu den Bekanntesten zählen die Wallenstein-Trilogie von Friedrich Schiller, sowie das Buch von Golo Mann. In der Forschung ist man sich sicher, dass bei Wallenstein im Laufe der Zeit eine Namenstranformation stattgefunden hat, wie es in dieser Zeit so üblich war. So ist Wallensteins richtiger Nachname eigentlich Waldenstein und er stammt aus dem böhmischen Dorf Hermanitz. Wallenstein



Abbildung 5: Albrecht Wenzel Eusebius von Wallenstein (Quelle: www.aeiou.at)

wuchs mit der tschechischen Sprache auf und lernte die deutsche Sprache erst später. Dies erklärt auch, warum viele seiner überlieferten Briefe zunächst in sehr einfachem und schlechtem Deutsch gehalten sind. Wie aus Überlieferungen bekannt ist, war der junge Wallenstein eher ein Umtreiber und soll sogar mit seinen Studienkollegen jemanden getötet haben. Auch Schiller thematisiert dieses Umtreiben mit „Ja, er fing's

*klein an und ist jetzt so groß, Denn zu Altdorf, im Studentenkragen, Trieb er's, mit Permiß zu sagen, Ein wenig locker und purschikos..*¹ Es wird angenommen, dass eine Italienreise und die Bekehrung zum katholischen Glauben seine Reizbarkeit etwas eindämmten, doch verschwunden war sie nie.

Wallensteins Leben war geprägt durch den frühen Tod seiner Eltern und viele Ortswechsel. Es war nicht leicht, den jungen Wallenstein in Schach zu halten und somit wurde er in seiner Kindheit viel herumgereicht. Die Schule zu Altdorf, wo er lutherisch erzogen wurde, forderte sogar seine Entfernung.² Vielleicht hat auch gerade dieser Fakt dazu beigetragen, dass er sich stets durchzubeißen und zu behaupten wusste, was ihm einige Jahre später im Krieg von großem Nutzen war.

Sein Aussehen wird wie folgt beschrieben: *„Er war nicht beliebt, er war groß, hager und abweisend, und auf den erhaltenen ausdruckslosen Portraits ist sein Gesicht nicht anziehend [...]. Die unregelmäßigen Züge, die hohen Backenknochen und die hervorstehende Nase, der schwere Kiefer und die dicke, vorspringende Unterlippe sind so ziemlich auf allen Bildern zu finden.“*³

Wallenstein hatte es nicht auf die Vergnügungen mit jungen Mädchen der Bevölkerung angelegt, sondern heiratete recht früh eine reiche Witwe, deren Tod ihn später sehr reich machte. Es scheint als sei der Generalissimus stets sehr strategisch vorgegangen, was ihm letztlich auch den Posten als oberster Befehlshaber der kaiserlichen Armee einbrachte. Vom Edelknaben über Fähnrich wurde Wallenstein zu einem mährischen Obristen. Erstmals militärisch trat er tatsächlich kurz vor Beginn des 30-jährigen Krieges, nämlich im Jahr 1617 in Erscheinung. Damals sandte Erzherzog und späterer Kaiser Ferdinand II. im Friaulen Krieg Hilfsgesuche an seine Stände und Vasallen. Wallenstein stellte innerhalb kürzester Zeit eine Armee zusammen und war somit der einzige, der dem Hilfs-Appell nachkam. Im Herbst 1618 wurde Albrecht Wenzel Eusebius von Wallenstein in Wien schließlich zum kaiserlichen Obristen ernannt. 1922 erwarb Wallenstein die Herrschaft über Friedland für 150 000 Gulden und heiratete ein Jahr später erneut. Durch seine Angetraute Isabella, geb. Gräfin von Harrach bekam Wallenstein einen besseren Zugang zu den Königshäusern, da der Vater der Gräfin kaiserlicher Minister, Berater und Mitglied im Hofkriegsrat war.

¹ Mann, Golo – Wallenstein-Sein Leben erzählt nach Golo Mann, Fischer Taschenbuchverlag, Frankfurt am Main, 7. Auflage: Februar 2006, S. 7

² Vgl. Wedgwood, Cicely Victoria – „Der Dreißigjährige Krieg“, Aus dem Englischen von A.G. Girschick, Genehmigte Lizenzausgabe für Nikol Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, Hamburg, 2011, S. 149

³ Ebd., S. 149f

Wallenstein war ein cleverer Mann und zeichnete sich stets durch großes strategisches Geschick aus. Im Laufe der Jahre wurde aber auch er des Krieg-Führens leid. Da kam der erste Friedensbeschluss, nämlich der Friede von Lübeck im Jahr 1629 gerade recht. Wallenstein war zu einem der mächtigsten Heeresführer dieser Zeit aufgestiegen und begab sich im Frühjahr/Sommer 1630 in die – verkehrstechnisch auch damals schon günstig gelegene - freie Reichsstadt Memmingen. Dies war auch der Ort, an dem ihm seine Entlassung überreicht wurde. Man fürchtete Wallensteins Macht und das Schwinden seiner Loyalität dem Kaiser gegenüber. Hier plagte Wallenstein auch bereits die ein oder andere Krankheit. Seine Bedeutung für den 30-jährigen Krieg sollte allerdings im Jahr 1632 nochmal eine ganz andere Wendung annehmen. Durch den Einfall des Schwedenkönigs Gustav II. Adolf geriet der Kaiser in große Bedrängnis und somit ließ er seinen besten Feldherrn zu seinem 2. Generalrat zurückholen. Es folgten Schlachten und Heereszüge, bis Wallenstein schließlich im Jahr seines Todes stets in geheimem Kontakt zum Gegner stand, um einen Frieden zu verhandeln.



Abbildung 6: Wallensteins Ermordung in Eger (Quelle: www.mgb-home.de)

Die Verhandlungen kamen jedoch nicht zu einem positiven Ergebnis und Wallensteins Bemühungen wurden nun auch in den eigenen Reihen bekannt. Daher wurde er des Verrates angeklagt. Wallenstein befand sich zu dieser Zeit in Pilsen und machte sich aufgrund der lauernnden Gefahr nach Eger auf. Hier wurde er allerdings am 25. Februar 1634 auf Befehl des Kaisers ermordet.

2.2 Wallensteins Aufenthalt in der freien Reichsstadt Memmingen

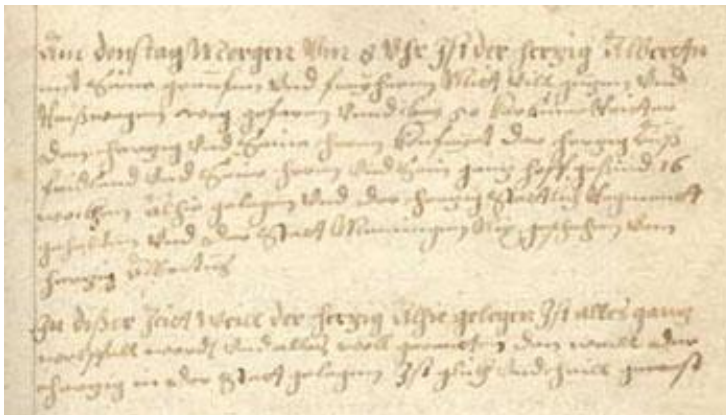


Abbildung 7: Ausschnitt aus "Dochtermann-Chronik" (Quelle: www.stadtarchiv.memmingen.de)

Die Arbeit thematisiert insbesondere Albrecht Wenzel Eusebius von Wallensteins Aufenthalt in der freien Reichsstadt Memmingen und dieser ist aufgrund des damaligen Stadtchronisten Sebastian Dochtermann bestens dokumentiert. Die originalen Aufzeichnungen liegen noch heute im Memminger Stadtarchiv und

können eingesehen werden. Dochtermann beschreibt hier sehr ausführlich die Lage und Situation der Stadt und ihrer Bürger während dem Aufenthalt des Feldherrn. Einerseits begegnete man den Soldaten und dem Feldherrn mit großer Furcht, andererseits ging es der Stadt zu diesem Zeitpunkt auch besser als zuvor, da sich durch das Lager Wallensteins auch das öffentliche Interesse auf die Reichsstadt richtete. Die Geschäfte wurden angekurbelt, denn die Soldaten benötigten Kleidung und Waffen, die von den Handwerkern der Stadt hergestellt wurden, sowie Versorgung durch die Bauern. Wirtschaftlich gesehen bedeutete das Verweilen Wallensteins in Memmingen einen großen Aufschwung. Natürlich blieb wie in dieser Zeit üblich die ein oder andere Plünderung nicht aus und die Soldaten vergingen sich schamlos an den Mädchen der Bevölkerung, doch über all diese „Lappalien“ sah man hinweg, denn der Feldherr wurde in Memmingen mit offenen Armen empfangen. Es wurde alles versucht, um ihm seinen Aufenthalt im sogenannten „Fuggerbau“, der Stadtvilla der adeligen Familie Fugger, so angenehm wie möglich zu bereiten. Durch seine Krankheiten war der Generalissimus Albrecht Wenzel Eusebius von Wallenstein besonders geräuschempfindlich und ließ deshalb das Lärmen auf der Straße unter Strafe stellen. Kein Marktgeschrei, kein Glockenläuten und kein Hundegebell sollte zu hören sein. Wer diese Regeln missachtete, zahlte nicht selten mit dem Tod. Obwohl auch mitunter aus diesem Grund die Bevölkerung Memmingens während des Aufenthalts Wallensteins weiter schrumpfte, war man dem Feldherrn dankbar. Er brachte Ruhm in die Reichsstadt und schien jene von Umtreibern und Aufständischen zu säubern. Dabei traf es natürlich auch manchmal die Falschen, doch trotz allem waren die Memminger froh, den Feldherrn in der Stadt zu haben.

Dies ist auch der Grund dafür, warum bis heute der Aufenthalt Wallensteins im Jahr 1630 in Memmingen gefeiert wird. Im historischen Kontext betrachtet, war dies das Beste, was Memmingen zu jener Zeit wiederfahren konnte und damit erschließt sich auch die Begeisterung, mit der noch heute dieses Ereignis in der Reichsstadt zelebriert wird, womit sich im folgenden Kapitel befasst wird.

3 Die Wallensteinfestspiele in Memmingen

3.1 Entstehungsgeschichte

Das Historienspiel „Wallenstein in Memmingen“ wurde erstmals in der Zeit zwischen 1925 und 1930 organisiert und aufgeführt. Durch den Krieg und die Unruhen, die damals entstanden, pausierten die Festspiele für genau fünfzig Jahre, bis sie im Jahr 1980 wieder auflebten. Es wird der Aufenthalt des Herzogs Albrecht Wenzel Eusebius von Wallenstein in Memmingen nachgespielt und zelebriert. Im Mai 1630 machte der Feldherr für einige Monate Station in der freien Reichsstadt Memmingen und verweilte einige Monate in dem, an



Abbildung 8: Wallenstein 1983 - Screenshot der Videoaufnahmen (Quelle: privat)

der damaligen Salzstraße gelegenen Örtchen. Der Stadtchronist dieser Zeit, Sebastian Dochtermann, beschrieb in seinen Aufzeichnung über Wallensteins Aufenthalt, dass währenddessen in der Stadt Glück und Heil weilte. Daher zelebrieren die Memminger bis heute dieses Ereignis als eines der größten historischen Events Europas. Mit über 4500 Mitwirkenden und 300 Pferden wird alle vier Jahre in der Woche nach dem traditionellen Fischertag in Memmingen, welcher in der Regel am letzten Juli-Samstag, eine Woche vor den Bayerischen Sommerferien stattfindet, der Aufenthalt Wallensteins in Memmingen nachgestellt.

Dieses Großereignis, wie es bis zum heutigen Tag stattfindet wurde erstmals 1978 vom Fischertagsverein Memmingen e.V. ins Auge gefasst. Als Initiator gilt der Gründer der Firma Pfeifer Seil- und Hebetechnik GmbH, Hermann Pfeifer. Er war es, der sich dafür einsetzte, keine Mühen scheute und sich der schwierigen Thematik des 30-jährigen Krieges genauer annahm. Es sollten möglichst viele Bürger der Stadt Memmingen beteiligt sein und Hermann Pfeifer übernahm die gesamte Organisation, welche er dann auch 15 Jahre fortführte. Pfeifer hatte damit ein neues Hobby gefunden und arbeitete sich zunächst in die ganze Literatur ein, die es zu Wallenstein gab. Das Historienspiel sollte schließlich so originalgetreu wie möglich werden. Auch er brachte den Vorschlag, die Festspiele in der historischen Altstadt stattfinden zu lassen, ein

Theater auf dem Marktplatz aufzuführen, die Veranstaltung mit dem Ein- und Auszug Wallensteins an den beiden Sonntagen zu rahmen und unter der Woche Lager- und Reiterspiele aufzuführen.

Wichtig für die historisch korrekte Darstellung waren Kostüme und Waffen. Zu diesem Zweck stellte das Bayerische Armeemuseum in Ingolstadt epochen-typische Waffen, Rüstungen und sonstige Ausrüstungsgegenstände zur Verfügung, damit jenen die Wallensteinausrüstungen nachempfunden werden konnten. Viele Memminger Unternehmen wurden dann für einige Zeit zu regelrechten Rüstungsschmieden umfunktioniert und es wurden Waffen gefertigt und Kanonen gegossen. Außerdem baute man Kutschen und Karren. Resi Walter, die damalige Obermeisterin der Damen- und Herrenschneiderei-Innung übernahm die Leitung der Nähstube und sorgte für die Herstellung von 4000 Kostümen, die aus über 40 000 Einzelteilen bestanden.

Die gesamten Festspiele werden also seit jeher durch die mitwirkende Bürgerschaft unterstützt und durch die heimische Wirtschaft geleistet.

3.2 Rekonstruktion ab 1980 anhand von Zeitzeugen-Interviews

Anhand der Interviews mit drei Zeitzeugen lässt sich die Entstehungsgeschichte der Wallensteinfestspiele im Jahr 1980 wie folgt rekonstruieren.

Sieglinde Pfeifer ist die Witwe des ersten Wallenstein-Organisators Hermann Pfeifer von der Firma Pfeifer Seil- und Hebetchnik. Sie erzählt sehr anschaulich, wie die Vorbereitungen für die Festspiele damals von statten gingen. Ihr Mann wurde im Jahr 1979 damit beauftragt, die Organisation der Festspiele zu übernehmen, da der Fischertagsverein damals beschlossen hatte, für den nächsten großen Fischertag im Jahr 1980 wieder etwas Besonderes zu machen. Nun hatte der Einzug Wallensteins in die Stadt Memmingen bereits um 1900 und in den 20er Jahren schon einmal stattgefunden und sollte wiederholt werden. Hermann Pfeifer hatte damals die Idee, eine richtige Festwoche daraus zu machen und die unterschiedlichsten Veranstaltungen mit einzubinden. Sieglinde Pfeifer schildert die Vorbereitungen als sehr mühselig. Das Wälzen vieler Bücher war nötig, um das erforderliche Grundwissen über die Zeit des 30-jährigen Krieges zu erlangen. Museumsbesuche z.B. im Militärmuseum in Ingolstadt waren von großer Wichtigkeit für die authentische Reproduktion der damaligen Gerätschaften und Kleidung. Rüstungen und Waffen wurden ausgeliehen und von den Memminger Unternehmen nachgebaut. Für die Stulpenstiefel sei man sogar bis nach Italien gefahren. Ihr Mann Hermann machte es sich zur Aufgabe, das Theaterstück für das historische Theater auf dem Marktplatz zu schreiben. Sieglinde Pfeifer arbeitete

immer genau dort zu, wo ihre Hilfe am meisten gebracht wurde. So half sie ebenso in der Nähstube, als auch ihrem Mann mit dem Theaterstück und der Organisation. In einer amüsanten Anekdote erwähnt sie, wie es damals ablief, als die Pferde erstmals ihre Herren in voller Rüstung zu sehen bekamen. Eines hätte sich so erschrocken, dass es sich übergeben musste.

Auch Jürgen Ullrich ist seit Beginn der Festspiele ein Teil von diesen. Damals wurde seine Badminton-Gruppe im Sportverein angefragt, ob sie nicht die Aufgabe der dänischen Leibwache übernehmen wollten. Nach einem Zusammenschluss mit der Tischtennisgruppe war dies möglich und sie brachten stattliche 35 Mann auf. In der dänischen Leibwache fühlte er sich auch sehr wohl, da diese seiner Meinung nach die schönsten Kostüme hatten. Ullrich begann auch sehr bald im Theater mitzuwirken und tat dies sogar über zwölf Jahre lang. Seit dem Tod von Hermann Pfeifer übersetzt er die vorgesetzten Stücke ins Schwäbische, da das Theater traditionell in Mundart gespielt werden soll. Ebenso berichtet Ullrich über die Wallenstein-Gegner. Er als Lehrer erzählt, dass Wallenstein in seinen Kreisen teilweise regelrecht angefeindet wurde. Die Idee wurde als Verherrlichung des Feldherrn dargestellt. Dabei wird bei den Festspielen an Kritik an der Person Wallensteins und deren Handlungen nicht gespart. Ullrich beschreibt die Vorbereitungen sowie die Festspiele damit, dass die ganze Stadt dadurch enger zusammen gewachsen ist.

So sieht es auch Monika Dörr, die zu Beginn den Marketenderinnen angehörte, welche aus dem damaligen Frauen-Turnverein gebildet wurden. Sie beschreibt die aufwendige Fertigung der Kostüme, wobei sich alle Frauen, die nähen konnten – was in dieser Zeit glücklicherweise noch sehr viele waren – beteiligten. Laut Dörr nähten die Geübten Mieder Blusen und Röcke, sowie die Soldatenuniformen. Wer weniger geschickt war bekam einfache Aufgaben, wie das Annähen von Knöpfen und Borten, oder das Umsäumen der Röcke. Bei der Arbeit sei man richtig zusammengewachsen. Es gab Kaffee und Kuchen, man lernte neue Leute kennen und alle teilten dieselbe Leidenschaft. Mit vollem Einsatz bereitete man die Festspiele vor, damit diese etwas ganz Besonderes werden.

So wird die erste historische Woche von Ullrich und Dörr als unnachahmlich beschrieben. Noch mehr als heute fühlte man sich damals ins 17. Jahrhundert zurück versetzt. Man trug weder Schmuck noch eine Uhr, sogar der Ehering wurde für diese Zeit abgelegt. Die Schuhe mussten aus Leder und der damaligen Zeit angepasst sein. Die Mitwirkenden teilten sich die unterschiedlichsten Aufgaben im Lager und es entstand eine große Gemeinschaft. Einige verbrachten sogar Tag und Nacht in den Lagern, die die Parks in der Memminger Innenstadt übersäten.

Dass eine so große Gemeinschaft entstanden ist, war auch mit einer Intention des Initiators Hermann Pfeifer, so seine Frau. Zugezogene sollten Anschluss an die Memminger Gesellschaft finden und sich besser integrieren können. Zwischen den verschiedenen Lagern und Gruppen herrschte stets friedliche Stimmung, man besuchte sich gegenseitig und es wurden neue Freundschaften geschlossen. Bis heute ist dies eine Eigenschaft, die den Festspielen erhalten geblieben ist und wahrscheinlich auch einer der Gründe, warum so viele immer wieder viel Arbeit und Mühe aufwenden, um ein Teil dieses großen Spektakels zu sein.

3.3 Die Festspiele in der Gegenwart

Im Laufe der Jahre haben sich die Festspiele stark weiterentwickelt. Insbesondere im Hinblick auf Organisation und Materialverwaltung. Wurden früher Kostüme und Waffen aus den Teilen zusammengeschustert, die man von zuhause mitbrachte, so gibt es heute einen genauestens verwalteten Kostümfundus mit tausenden Kostümen der unterschiedlichen Gruppen. In einer Halle am Ortsrand werden hunderte Soldatenstiefel, Schwerter und meterlange Lanzen aufbewahrt. Nebenan gibt es eine Nähstube, in der Kostüme gefertigt oder geändert werden. Heute ist dort mehr die Änderung der Stammkostüme wichtig, da zu Beginn der Festspiele bereits unzählige Kostüme genäht wurden. Es gibt trotzdem viel zu tun, denn nicht jeder passt noch in sein altes Kostüm von vor vier Jahren und wer im Theater eine neue Rolle übernimmt, bekommt schließlich auch ein neues Gewand. Das Selbst-Schneidern von Kostümen ist für die Festspiele in der Regel strengstens verboten, denn es wird genau auf historische Korrektheit der Kostüme geachtet und dies kann nicht gewährleistet werden, wenn jeder ein eigenes Kostüm mitbringt. Daher gibt es für alle Mitwirkenden auch Pässe mit Foto, damit einerseits keine Kostüme an jemand anderes weitergegeben werden können, aber auch um zu überprüfen, ob es ein original Wallenstein-Kostüm ist. Hierzu sind auch sämtliche Hemden, Blusen, Röcke und Hosen mit Nummern versehen, die in der großen Kartei des Kostümfundus aufgeführt sind. Außerdem gibt es Aufseher im Lager, die überprüfen, ob die Kostüme ordnungsgemäß getragen werden und falls nicht, wird der Mitwirkende darauf hingewiesen.

Die Festspiele sind auch heute noch in die unterschiedlichsten Veranstaltungen gegliedert:

Lagerspiele – Die Lagerspiele gehören zu einer der traditionellsten Veranstaltungen der Festspiele und sind Teil des Programms seit 1980. In der Memminger Grimmelschanze vor dem historischen Schwalbenschwanz- oder auch Mehlsackturm wird in einem abgesperrten Bereich in unmittelbarer Lagernähe eine Bühne mit Tribüne

aufgebaut. Unzählige Gäste von außerhalb, aber auch viele Mitwirkende sind in den Vorstellungen als Zuschauer anzutreffen. Hier wird das ausgelassene Lagerleben zelebriert. Die leichten Mädchen und Künstler der Stadt ließen sich einiges einfallen, um den Soldaten das Leben im Lager so angenehm und amüsant wie möglich zu gestalten. Diese kamen schließlich aus



Abbildung 9: Lagerspiele in der Grimmelschanze (Quelle: www.wallenstein-mm.de)



Abbildung 10: Leiterin der Ballettschule Uschi Buhmann bei Wallenstein 1983 (Quelle: privat)

dem Krieg und das Entertainment der Lagerspiele war für sie wie das heutige abendliche Fernsehen und Füße hochlegen nach einem langen und anstrengenden Arbeitstag. Nicht selten vergnügten sich die Soldaten im Anschluss mit den Tänzerinnen der Show. Die tänzerischen Einlagen werden seit 1980 bis heute von mehreren Tanzgruppen der heutigen Ballettschule Buhmann übernommen, die früher unter der Leitung von Rosemarie Becker-Rouschal stand. Die heutige Inhaberin der Tanzschule war bereits 1983 selbst als Tänzerin dabei. Seither werden die Kostüme auch von Generation zu Generation weitergegeben, was beim Vergleich der beiden Fotos (Obiges entstand 2008, Unteres 1983) festgestellt werden kann.

Theater auf dem Marktplatz – Seit 1980 dient die Kulisse des Memminger Marktplatz als Bühne für das historische Theater. Dieses wird von vielen als Kernstück der Festspiele bezeichnet und hat deshalb für sie eine große Bedeutung. Zu Beginn schrieb der Initiator der Festspiele, Hermann Pfeifer die Theaterstücke selbst. Dies war sein Hobby und als Kopf der Festspiele konnte er sich auch die Freiheit nehmen, über die Verwendung seiner Stücke zu entscheiden. Viele sagen bis heute, dass die Stücke von Herrn



Abbildung 11: Theater auf dem Marktplatz (Quelle: privat)

Pfeifer die Besten waren. Ein weiteres Highlight war das Theater im Jahr 2000, dem Todesjahr Pfeifers, als ein Stück des Tschechen Oldrich Danek aufgeführt wurde.

In diesem Jahr 2012 hat sich ein ortsansässiger Priester, Stefan Ranke der Thematik angenommen und nach langen Recherchen und Besuchen im Stadtarchiv ein eigenes Stück geschrieben. Die gekürzte – ins Schwäbische übertragene – Version wird beim diesjährigen Wallenstein 2012 an sieben Abenden in einem zweistündigen Spiel, beginnend um jeweils 20.30 Uhr aufgeführt. Im Stück „Mir gscheh´Gerechtigkeit – Gewinner und Verlierer einer Epoche“ geht es wie immer um den Wallensteinschen Aufenthalt in der Reichstadt Memmingen. Hier werden aber speziell die Wertvorstellungen und die Moral der damaligen Zeit in den Vordergrund gerückt. So beschließt ein einfacher Handwerksgesell, sich dem Soldatenheer selbst anzuschließen, um nicht weiterhin Opfer ihrer Schikanen zu werden. Ein anderer Handwerksbursche verdeutlicht in gemütlicher Trinkrunde den Soldaten Wallensteins, dass sie lieber gut mit den Handwerkern und Bauern der Stadt umgehen sollten, denn schließlich seien es jene, die mit dem Anfertigen von Waffen und Abliefern der Ernte überhaupt die Existenz der Soldaten möglich machen. Seinen Mut bezahlt er später aber mit seinem Leben. Auch eine Bürgerstochter stellt die Wertvorstellungen und Prioritäten der damaligen Epochen in Frage und empört sich über die schamlose Ausnutzung des Krieges. Es ginge immer nur um das Geschäft und die Handelsleute trinken sogar auf das Andauern des Krieges, damit sie weiterhin gute Geschäfte abschließen können. Im Durcheinander der Moralvorstellungen und Meinungen gibt es auch noch den Generalissimus Albrecht Wenzel Eusebius von Wallenstein, der während seines Aufenthalts in Memmingen die Nachricht über seine Entlassung erhält.

Reiterspiele – Die Reiterspiele sind ebenso fester Bestandteil der Wallensteinfestspiele und werden traditionell in einem der Memminger Stadtparks, nämlich dem Reichshain ausgetragen. Sie zeigen Reitvorführungen, wie sie in dieser Epoche ebenso zur Unterhaltungen in den Lagern üblich waren, aber auch wie die Soldaten zu Pferd zu dieser Zeit für die Schlachten trainiert haben. So müssen zielgenau Eisenringe auf die Spitze der Lanze aufgespießt werden, ein hölzernes Ziel getroffen werden, oder aber ein Speer im Galopp durch einen Ring geworfen und wieder aufgefangen werden. Außerdem wird mit hoher Geschwindigkeit über den Platz geritten, dass der Sand des Platzes nur so staubt. Während im Theater zwar auch eine Pferdekutsche für Spannung sorgt, geht es bei den Reiterspielen richtig wild zu. Feuer-Gaukler machen eine Fackelshow und es wird sogar teilweise von den Pferden aus Feuer gespuckt. Die Reiterspiele sind mit Abstand der spannungsreichste Teil der Festspiele und daher



Abbildung 12: Reiterspiele im Reichshain (Quelle: www.wallenstein-mm.de)

beim Publikum sehr beliebt. Auch professionelle Voltigierer führen Handstände und andere Hebefiguren auf den Pferderücken vor.

Exerziervorführung – Die Exerzierübungen der verschiedenen bewaffneten Gruppen finden aufgrund von Platzmangel im Jahr 2012 auf dem ehemaligen Landesgartenschaugelände der Stadt Memmingen statt. In der Wallensteinwoche haben die Besucher am zweiten Samstag die Möglichkeit, den Soldaten beim historischen Exerzieren zuzuschauen. Hier wird nicht nur marschiert und getrommelt, sondern es werden auch in Teilen Gefechtsaufstellungen originalgetreu nachgestellt, sowie einige Schlachtabläufe vorgeführt. Hierbei gilt große Vorsicht, denn auch wenn die Waffen nicht einsatzfähig und stumpf sind, kann man sich an den schweren Speeren und Lanzen, sowie an Schwertern sehr leicht verletzen. Auch wenn es um das Gefecht geht, so soll niemand ernsthaft zu Schaden kommen. Auch hier kommen außerdem berittene Soldaten zum Einsatz.

Lagerleben, Umzüge & Handwerkermarkt – Die bisher geschilderten Veranstaltungen finden stets abends in den Lagern oder auf dem städtischen Marktplatz statt. Die Festspiele bestehen aber zudem aus dem traditionellen Lagerleben. Über die ganze Wallensteinwoche hausen einige hartgesottene Mitwirkende in Zelten, die in den Memminger Stadtparks als Lager aufgeschlagen wurden. Es gibt auch kleine Hütten, an denen sich die Besucher beispielsweise ein frisches Fladenbrot mit Sauerrahm, Speck und Zwiebeln zubereiten lassen können. Die jeweiligen Lager sind durch massive Holzzäune abgegrenzt und Besucher haben dort keinen direkten Zutritt. Sie dürfen sich lediglich auf den Wegen des Stadtparks aufhalten. Sollte sich allerdings ein „Zivilist“ ins Lager verirren, wird dieser unter lautem Gegröhle gefasst und bekommt ein Bad im „Zuber“ – eine alte Holzwanne – in der sich meist sehr dreckiges und abgestandenes Wasser befindet. Die Mitwirkenden leben also während der gesamten Wallensteinwoche das altertümliche Leben von damals nach und präsentieren dies den Besuchern. Es wird über offenem Lagerfeuer gekocht, die Soldaten singen Trinklieder oder begeben sich zu einer Exerzierübung durch das Lager. Frauen waschen Gewänder in Holzkübeln oder man sieht sie bei anderem Handwerk. Die Kinder stehen auf einem Holzbalken und versuchen sich gegenseitig mit einem Strohballen hinunter zu stoßen, oder werden von einem Puppenspieler bei Laune gehalten. Das Lager der Falkner ist ebenso ein Publikumsmagnet, da hier lebendige Greifvögel ausgestellt sind, mit denen auch die eine oder andere Vorführung stattfindet.

Der Handwerkermarkt findet nur am letzten Wochenende der Festspiele statt. Hier stellen Handwerker nicht nur gefertigte Stücke aus, sondern die Besucher können auch dabei zusehen, wie etwas Neues entsteht. Seien es Schnitzereien, Lederware oder

Schmuck, wie er in der Epoche des 30-jährigen Krieges angefertigt wurde, hier erlebt der Besucher hautnah, wie das Produkt in den einzelnen Bearbeitungsschritten aussieht. Insbesondere für Kinder heutzutage ist es spannend zu sehen, wie viel Zeit und Handarbeit in einem einzigen Teil steckt. Hier werden Körbe geflochten, Krüge getöpfer und Glas geblasen. Die fertigen Werke können dann von den Besuchern erworben werden.

Der Ein- und Auszug Wallensteins, also wie der Feldherr nach Memmingen kam und wie er die Stadt wieder verließ wird mit großen Umzügen an den beiden Sonntagen der Festspiele verdeutlicht. Hier marschieren Soldaten mit ihren Lanzen, Musikanten mit Trommeln und Flöten, Reiter mit Rüstungen, Kutschen, Bevölkerung und Bettler durch die Stadt. Im Mittelpunkt: Die Kutsche des Albrecht Wenzel Eusebius von Wallenstein. Die Umzüge zeigen einen umfassenden Querschnitt durch die Gruppen und deren unterschiedliche Kostüme. Von Adeligen bis zu zerlumpten Hexen, die in einem Käfig transportiert werden ist hier alles dabei. Auch die großen Kanonen und Geschütze werden von kräftigen Kaltblütern durch die Innenstadt gezogen.

Dass die Festspiele zu einem der größten historischen Events Europas herangewachsen sind, haben sie vor allem ihren Mitwirkenden zu verdanken. Die Gruppen, die sich seit Beginn für das Bestehen der Festspiele engagieren und mit stetig wachsender Zahl Mitwirkender dafür sorgen, dass auch Nachwuchs die Tradition fortführen sind für die Festspiele am aller wichtigsten.

Es gibt heute insgesamt 27 Gruppen, die in drei Teilgebiete gegliedert werden können: Soldaten, Trosse und Andere:

Soldaten – Die Soldaten umfassen insgesamt 10 Gruppen. Es soll wie damals auch gezeigt werden, wie die Heere aus den unterschiedlichsten Soldatenstämmen zusammengewürfelt waren. Heute kommen sogar Gruppen aus England, Irland und Schottland, die ebenso Fans des 30-jährigen Kriegs sind und sich das Spektakel nicht entgehen lassen wollen. Die Memminger Soldaten-Gruppe mit den meisten Mitgliedern sind die Pikeniere, sie zählen fast 400 Mitwirkende. Der Name kommt von der Hauptgefechtswaffe, die sie bei sich tragen, nämlich der Pike. Dies ist eine Lanze und im Gefecht konnten sich die Pikeniere schützen, indem sie mit ihren Piken Formationen bildeten wie z.B. einen Igel. Die Gallas Dragoner, benannt nach dem Feldherrn Matthias Gallas sind die einzige Soldatengruppe, die sowohl Schusswaffen wie Musketen, als auch Handwaffen wie Pike und Degen trugen. Eigentlich waren die Dragoner aber weniger für die eigentlichen Kämpfe zuständig, als mehr für den Transport, da sie auch meist auf Pferden unterwegs waren. Weitere berittene Gruppen sind die Kürisser „Pappenheimer, sowie die kroatischen Reiter oder auch Margyaren genannt. Diese

machen nicht nur bei den jeweiligen Umzügen großen Eindruck, sondern sie sind auch jene, die bei den Reiterspielen für Unterhaltung sorgen.



Abbildung 13: Wallensteins Leibwache (Quelle: privat)

Schwerbewaffnete Fußsoldaten sind die Musketiere. Sie haben allerdings mit jenen, die man aus Film- & Fernsehen kennt nichts gemeinsam. Die Rontartschiere kämpften bevorzugt mit dem Schwert und waren eine Gruppe von spanisch- und österreichisch-stämmigen Soldaten.

Von großer Bedeutung sind auch die Leibwachen. Hier unterscheidet man zwischen der Leibwache Wallensteins, wie links im Bild zu erkennen und der Leibwache des Prinz Ulrich von Dänemark. Übrig bleiben jene, die Kriegsmaterial transportieren, sowie über die Finanzen wachen. Da gibt es zum Einen die Kanoniere Breuner, die wie der Name schon sagt für den Transport und die Bedienung der wirklich schweren Geschütze zuständig waren. Zum Anderen hatten die Soldaten der Kriegskasse Waldenfels über die herzoglichen Reichtümer zu wachen, die den Krieg finanzierten.

Trosse – „Der Begriff Tross bezeichnet, beginnend mit den ersten militärgeschichtlichen Überlieferungen bis etwa zum Ende des Zweiten Weltkriegs, jene rückwärtigen Teile einer Militäreinheit, die Unterstützungsaufgaben insbesondere im Versorgungs- und Transportbereich übernahmen.“⁴

Den ersten „Soldatentross I“ und heute Tross Aldringen genannt gibt es seit Wiederaufleben der Festspiele im Jahr 1980. Der Tross hat heute eine Mitgliederzahl von ca. 70 Personen und wird vom Hauptmann und dessen Hurenwaibl angeführt. Benannt nach dem Tross des Octavio Piccolomini stellt dieser Soldatentross im Lager eines der Unterhaltungshighlights dar. Ihr Lager bietet neben Kegeln und Schießen auch allerlei andere Möglichkeiten für den Besucher, sich selbst in eine historische Figur zu verwandeln. Der Tross Piccolomini ist eine Untergruppe der Landsknechte. Ein weiterer Tross ist der Tross Butler. Dieser ist im Memminger Reichshainpark stationiert und die Besonderheit an dem Lager sind die wirklichkeitsgetreuen Folter- und Fechtvorführungen. Hier wird dem Zuschauer gezeigt, dass es in einem Soldatenlager nicht immer nur singende Spielleute und tanzende Zigeunermädchen gab, sondern auch die Schatten-

⁴ Definition „Tross“, www.wikipedia.org/wiki/Tross (17.06.12)

seite des „Aufeinanderhockens“. Da kam es schon mal vor, dass sich die Soldaten gegenseitig in die Haare bekamen, oder aber dass ein Bürger, der gegen die Lagerregeln verstieß im Pranger gefoltert wurde. Im Jahr 1983 wurden sogar einige Sünder „erhängt“, indem man sie mit einem, unter dem Kostüm versteckten Kletter-Geschirr am Galgen hochzog und bis zu einer Stunde dort hängen ließ. Der Tross Schaffgotsch, benannt nach dem Freiherrn Ulrich Graf von Schaffgotsch, welcher auch im historischen Theater immer eine wichtige Rolle spielt als einer der kaiserlichen Obristen, ist mit 100 Mitwirkenden einer der größten Trosse. Alles in allem unterscheiden sich die Trosse nicht wirklich von der normalen Bevölkerung. Sie haben schlichte Kostüme und sind meist mit einfachen Karren hinter den Soldatenheeren hergereist. Die verschiedenen Trosse sind aber, wie auch die Soldaten, ein unverzichtbares Teilstück der damaligen Heeresschar. Sie gehören ebenso dazu, wie die Soldaten der unterschiedlichen Truppen und Feldherren und verdeutlichen somit auch die große Vielfalt an Gruppen, die früher zu ein und derselben Armee zusammengeschlossen wurden.

Andere – Der Adel ist die prunkvollste Gruppe der Wallensteinspiele. Die Mitwirkenden tragen aufwendige Kostüme, die teils aus dem Theaterfundus in Ulm geliehen werden, weil die Herstellung in der Nähstube des Fischertagsvereins nicht möglich war. Besonders in der Epoche des Barock, in die der 30-jährige Krieg eingeordnet werden kann galt: umso verspielter und verschnörkelter, umso besser. So sind die Kostüme des Adels mit goldenen Borten verziert und bestehen aus schweren Brokat- und Samtstoffen. Dies ist toll anzuschauen, aber in den warmen Sommermonaten haben die Gruppenmitglieder sehr mit der Hitze zu kämpfen, denn „luftige“ Kostüme gibt es für die Adeligen nicht.

Die Gruppe der Bediensteten gehört ebenfalls mit prunkvollen Kostümen zu den direkten Begleitern der Adeligen und des Feldherrn Albrecht Wenzel Eusebius von Wallenstein selbst. Sie sind für das leibliche Wohl der Edelleute zuständig und folgen jenen sowohl beim Umzug, als auch im Lager auf Schritt und Tritt.

Das Gesindel oder besser gesagt die Bettler sind eine Gruppe mit ca. 60 Mitwirkenden. Bei den Umzügen, Theateraufführungen, sowie bei Reiter- und Lagerspielen kriechen sie durch die Reihen der Zuschauer und bitten um Geld. Bettler gab es damals wie heute und das Interessante an dieser Gruppe ist, dass sie besonders verwegen aussehen. Die Kleider zerlumpt und von oben bis unten mit Dreck beschmiert, so erregen die Bettler oft das Mitleid der Festspiel-Besucher und es klingelt in der Kasse. Das erbetelte Geld wird allerdings nicht selbst eingesteckt, sondern kommt stets einem guten Zweck zugute und wird an unterschiedlichste Hilfseinrichtungen gespendet.

Die Bevölkerung ist mit 300 Mitgliedern eine der größten Gruppen der Wallensteinfestspiele. Besonders hier finden sich Mitwirkenden von jung bis alt. Hier gilt es, die ver-

schiedenen Stände in der Bevölkerung der damaligen Zeit darzustellen. Das Lager der Bevölkerung ist der zentrale Mittelpunkt des Wallensteinlagers in der Memminger Grimmelschanze und befindet sich direkt gegenüber der Stadthalle. Dies ist das erste Lager, das die Besucher sehen, wenn sie den Park über seinen Haupteingang neben der Stadthalle betreten und somit ein Aushängeschild der Wallensteinfestspiele. In diesem Lager herrscht immer reges Treiben und nicht selten landet ein übermütiger „Zivilist“, also ein Besucher, der verbotenerweise das Lager betritt in einer Holzwanne, dem sogenannten „Zuber“.

Die Gruppe der Beutelschneider ist die wohl bedeutsamste Gruppe von Wallenstein in Memmingen. Sie tragen traditionelle blaue Kostüme mit weißem Kragen und dem Memminger Wappen und sind für sämtliche Kassen zuständig. Sie verkaufen die Marken für den Umzug, sitzen an den Einlässen zu den Stadtparks und kassieren bei den verschiedenen Veranstaltungen von Theater bis Reiterspiele. Dies hat mit ihrer eigentlichen Namensbedeutung aus der Epoche, wo der Beutelschneider als Dieb und Verräter galt nichts mehr zu tun. Heute sorgen sie für die korrekte Koordination der Festspieleinnahmen sowie die direkte Kontaktpflege zu den Besuchern

Die Gaukler sind eine der Hauptattraktionen der täglich stattfindenden Lagerspiele. Ursprünglich sind sie aus einem Memminger Turnverein entstanden und sind heute für rasante und waghalsige Showeinlagen bei den Lagerspielen zuständig. Hierfür wird meist schon ein Jahr im Vorraus angefangen zu trainieren und Figuren beziehungsweise Hebungen auszuprobieren. Aber nicht nur die Turneinlagen machen das Programm der Gaukler sehenswert, sondern auch eine kleine Geschichte, die sie stets um ihre Kunststücke herum erzählen. Ihre Vorführungen galten schließlich der Unterhaltung des Volkes und so wird in jedem Wallensteinjahr wieder das schauspielerische Talent der Mitwirkenden auf die Probe gestellt. Es gelingt nicht jedem, auf Anhieb lustig zu sein, dies erfordert lange Vorbereitungen und Überlegungen zum Programm und wie die erzählte Geschichte in die eigentlich geplanten Programmpunkte eingeflochten werden kann.

Das Theater wird seit Beginn der Wallensteinspiele von der Laienschauspielgruppe des Fischertagsvereins gespielt. Diese existiert nunmehr schon seit 70 Jahren und führt in den Jahren die zwischen den vierjährig stattfindenden Wallensteinspielen liegen immer ein Theaterstück zum historischen Fischertag auf. Dieses sowie das Wallensteinstück werden stets in Memminger Mundart, also in Allgäuerischem Dialekt aufgeführt. Für die Übersetzung ins Schwäbische ist Jürgen Ullrich zuständig. Die Vorbereitungen für das große Schauspiel starten meist schon im Dezember. Hier finden erste Leseproben statt, damit sich zum Einen Regisseur und Schauspieler aufeinander einstellen können, zum Anderen um zu sehen, zu welchem Schauspieler eine bestimmte Rolle passt. Es können auch Wünsche geäußert werden, aber im Endeffekt

liegt die Entscheidung beim professionellen Regisseur, wem er welche Rolle zutraut. Der Regisseur des diesjährigen Stückes ist Ralf Weikinger und er ist der einzige aus der Gruppe, der aus dem professionellen Theatergeschäft kommt. Seine Aufgabe ist es, aus den Laien das Beste herauszuholen, was sich nicht immer einfach gestaltet. Dennoch findet das Theater auf dem Marktplatz stets großen Anklang und das Publikum ist von Jahr zu Jahr wieder begeistert.

Die Städtischen oder auch Ratsherren genannt stellen die damaligen Berater und den Bürgermeister der Stadt Memmingen dar. Man erkennt sie an ihren schwarzen Gewändern mit weißem opulentem Kragen und schwarzem Hut. Ein Teil der Städtischen ist auch ein wichtiger Part des Theaters, da dieses die Verhandlungen zwischen Wallenstein und dem Memminger Bürgermeister immer thematisiert.

Die Kaufleute sind auch sehr nah am Adel anzusiedeln. Sie waren sehr wichtig für die Stadt und ihr heutiges Lager befindet sich auch in unmittelbarer Nähe der Adeligen entlang der Stadtmauer, die den Park eingrenzt. Insbesondere beim Theater-Teil „Beschau der Weberwar“, der bisher ein wichtiger Bestandteil der Festspiele war, spielten die Kaufleute eine wichtige Rolle. In diesem Jahr findet dieses Schauspiel nicht mehr statt, aber im Lager und bei den Umzügen sieht man die Kaufläuten trotzdem mit ihren Salz- und Sackwägen.

Das fahrende Volk ist eine Gruppe, die auch stets mit den Heeren und Truppen entstand. Diese besteht hauptsächlich aus Gauklern und Spielleuten, die die Soldaten auf ihren Zügen zu den Gefechtsorten begleiteten. Die Gruppe existiert erst seit 1992 und hat heute knapp 80 Mitglieder. Der Unterschied zwischen fahrendem Volk und Gauklern ist jener, dass das fahrende Volk, wie der Name schon sagt stets mit den Soldaten mitgezogen ist wohingegen die Gaukler meist eine ortsansässige Gruppe von Spielleuten waren.

Die Jadgruppe Jäger Holk ist berühmt für ihre spektakulären Greifvogel-Vorführungen im Soldatenlager. Im geschichtlichen Kontext war diese Gruppe Jäger für die Beschaffung von Nahrung verantwortlich. So gingen sie mit ihren Falken auf die Jagd, um die Soldaten und Edelleute insbesondere mit frisch gefangenem Wild zu versorgen. Die Beute wurde dann im Lager über dem Feuer gegrillt und man konnte sich mit Hasen, Wildschweinen oder vielleicht auch mal einem Hirsch sattessen. Diese Gruppe hat ihr Lager etwas abgelegen am Rande des Stadtparks, damit die Vögel und Hunde nicht zu unruhig werden.

Die Marketenderei hat ca. 70 Gruppenmitglieder und besteht primär aus Frauen und Kindern. Der Name leitet sich vom lateinischen Wort für Handel her und beschreibt somit im Prinzip die Hauptaufgabe der Gruppe. Sie sind für das leibliche Wohl zustän-

dig. Dadurch, dass aber hauptsächlich Frauen sich dieser Aufgabe annahmen, ging es hierbei nicht ausschließlich um Speis und Trank. Die Soldaten holten sich gerne einige Marketenderinnen ins Lager, um auch nach dem Festmahl eine Beschäftigung zu haben.

Zu guter Letzt: Die Marodeure. Sie sind die wohl gottloseste Truppe bei den Wallensteinfestspielen. Zur Zeit des 30-jährigen Krieges bezeichnete man sie eher als Plage, eigentlich waren es aber hauptsächlich Kriegsinvaliden. Den Frust über ihre Kampfunfähigkeit bauten sie ab, indem sie raubten und plünderten. Hierbei wurden auch nicht die Regeln des Generalissimus Albrecht Wenzel Eusebius von Wallenstein geachtet, sondern rücksichtslos geplündert und gemordet. Auf diese Gruppe Soldaten war man in jener Zeit nicht besonders stolz, aber zur korrekten historischen Darstellung gehören eben auch die Marodeure dazu.

4 Social Media als Marketingplattform

4.1 Eckdaten zu Social Media

Zunächst sollen die Begriffe „Social Media“ und „Web 2.0“ geklärt werden:

Web 2.0 – „Web 2.0 ist ein Schlagwort, das für eine Reihe interaktiver und kollaborativer Elemente des Internets, speziell des World Wide Webs, verwendet wird. Hierbei konsumiert der Nutzer nicht nur den Inhalt, er stellt als Prosument selbst Inhalt zur Verfügung. Der Begriff postuliert in Anlehnung an die Versionsnummern von Softwareprodukten eine neue Generation des Webs und grenzt diese von früheren Nutzungsarten ab.“⁵



Abbildung 14: Social-Media Smartphone Symbole (Quelle: www.adc.de)

Social Media, der Begriff, der zurzeit in aller Munde ist und bei einer Google-Eingabe innerhalb von weniger als einer halben Minute auf über zwei Milliarden, genauer gesagt 2 710 000 000 Ergebnisse kommt gilt als Medium der Zukunft. Der Begriff Social Media kommt aus den Vereinigten Staaten und kann im Prinzip als Austausch von Informationen, aber auch Sichtweisen und Erfahrungen mithilfe von Community-Internetseiten verstanden werden. Globalisierung und das stetige Wachstum der internationalen Vernetzung sind Erfolgsfaktoren für Social Media. Insbesondere in den USA

⁵ Definition Web 2.0, Quelle: www.wikipedia.org/wiki/Web_2.0 (04.07.12)

haben sich diese sozialen Netzwerke rasant etabliert. Zu den größten und erfolgreichsten zählen neben dem allseits bekannten Facebook auch Youtube und Twitter. Während sich die Social Networks in Deutschland erst innerhalb der letzten 3 Jahre deutlich etabliert haben, nutzte der amerikanische Präsident Barak Obama bereits 2008 soziale Netzwerke für den Wahlkampf. Vor kurzem sorgte Horst Seehofer für Aufsehen, als er über seinen Facebook-Account zu einer Party in die Münchener Nobeldiskothek P1 einlud. Wirtschaftsminister Philipp Rösler veröffentlicht bei Facebook Fotos von seinen Geschäftsreisen, damit seine Anhänger und Fans auf dem Laufenden bleiben, wo er sich grade aufhält und was er gerade macht. Genau das ist der Sinn von Social Media und es lässt sich deutlich erkennen, dass sich dieses Medium nun auch vollständig in Deutschland etabliert hat. Social Media beruht einzig und allein auf dem schnelllebigen Medium des World Wide Web und kann in keinem anderen Medium gefunden bzw. in der Form praktiziert werden, wie es im Internet geschieht. Durch das Web 2.0 wurde Social Media eigentlich erst möglich gemacht. Internetnutzer sind nicht mehr nur Konsumenten der bereitgestellten Inhalte, sondern können sich individuell im Internet ausleben, Inhalte teilen und ihre eigene Online-Identität gestalten. Somit wird das Internet zu einer Art interaktivem Mitmachmedium und gibt somit auch Aufschluss über das Verhalten der Nutzer. Diese Form der Interaktion findet man z.B. in Blogs, Foren, Wikis, Videoportalen und nutzergenerierten Websites. Der Nutzer übernimmt hierbei die Funktion eines Senders und ist nunmehr nicht länger lediglich Empfänger von gesendeter Information. Dies ist wichtig, denn so wird dem Mediennutzer selbst eine gewisse Kontrolle zuteil, über die er zuvor nicht verfügte. Wichtig bei der Betrachtung von Social Media ist die Beobachtung, dass es sich hierbei im Prinzip um eine Weiterentwicklung des Web 2.0 handelt, wobei das Web 2.0. als Fortschritt des World Wide Web dargestellt werden kann. Als Hauptmerkmale sind hier Interaktivität, Partizipation und vor allem die Aktualität zu nennen.

Der Begriff Social Media setzt sich eigentlich aus zwei Begriffen zusammen, was für die genaue Erläuterung ins Auge gefasst werden muss. Das Wort Social, zu Deutsch sozial beschreibt den Partizipationsfaktor der Nutzer, aber auch die Möglichkeit, miteinander in direkten, zwischenmenschlichen, also sozialen Kontakt zu treten. Es geht um das Mitteilungsbedürfnis der Individuen und die Möglichkeit zur Kommunikation. Insbesondere die Kontaktpflege ist durch den sozialen Teil des Netzwerkes einfach wie nie zuvor. So tritt der Nutzer häufiger über Social Networks mit alten Bekannten oder Schulfreunden wieder in Verbindung, bzw. hat hier erst die Chance, diese eventuell wiederzufinden. Media, zu Deutsch Medium/Medien kann mit dem Begriff der Dezentralität erklärt werden. Darunter versteht man, dass Nutzer rund um den Globus zeitgleich auf ein bestimmtes Angebot im Internet zugreifen können. Das Medium ist dynamisch und vielseitig und bietet dem Nutzer die verschiedensten Wege der Kommunikation. Es kann über Chats und Textnachrichten, aber genauso über Bild-Medien und Internet-Telefonie in Verbindung getreten werden. Daraus erschließt sich, dass je

mehr Wege zur Kommunikation bereit stehen, desto mehr Interaktion findet auch zwischen den Mediennutzern statt. Die Schnelligkeit und Dynamik von Social Media kann einerseits als großer Pluspunkt, andererseits auch als enormes Risiko verstanden werden.

„Social Media stellen dynamische, interaktive, auf der Partizipation der Nutzer basierende Internet-Anwendungen dar, die den sozialen Austausch, sowie den Aufbau und die Pflege von Beziehungen ermöglichen.“⁶

Der hohe Anteil an persönlicher Involvierung des Internetnutzers in einem sozialen Netzwerk hilft ungemein, um das Angebot interessant zu gestalten und zu halten. Dieses Angebot erweitert sich ständig und es kommen immer neue Features und Möglichkeiten der Social Media Nutzung hinzu. Die Anwendungen erstrecken sich von Fotobearbeitungsprogrammen über Nachrichtendienste, Online-Games und Musikportale über Foren und Microblogs bis hin zu Bewertungsseiten. Es ist heute so einfach wie nie, eine repräsentative Umfrage mit Hilfe von Social Media durchzuführen, da hier genauestens über Alter, Geschlecht und Interessen informiert wird. Das amerikanische Unternehmen Instagram sorgte in den letzten Monaten für viel Aufsehen. Es handelt sich um ein Bildbearbeitungsprogramm, mit dem die Handyfotos wie eine altmodische Kodak-Filmaufnahme bearbeitet werden können. Die App gibt es zwar schon seit 2010, aber richtig durchgesetzt hat sie sich erst innerhalb des letzten halben Jahres. Auf einmal hatte jeder Instagram und man konnte unter fast jedem Fotobeitrag in einem sozialen Netzwerk den Beisatz „via Instagram“ lesen. In Amerika hat sich eine andere Anwendung besonders etabliert, nämlich der Yahoo!-Nachrichtendienst. Das positive ist wieder die Interaktion, die entsteht, wenn ein anderer Nutzer bei jemandem seiner Freundesliste sieht, welche Artikel er oder sie in einem Nachrichtendienst angesehen hat. So verbreiten sich Nachrichten noch schneller und der Nutzer bleibt stets informiert. Ebenso läuft es im Bezug auf Musik. Über das Musikportal Spotify teilt der Mediennutzer seinen Social Media Kontakten automatisch mit, welche Musik er sich gerade anhört. Ein Beispiel für einen Microblog ist das Portal Tumblr. Hier geht es hauptsächlich um die Veröffentlichung von schneller Information. Seien es Zitate, Texte oder Bilder. Wie im sozialen Netzwerk „Twitter“ besteht hier die Möglichkeit, den für sich interessanten Beiträgen und Nutzern zu folgen. Weil dies eher ein zufälliger Prozess ist und die Nutzer nicht wie bei Google nach diversen Schlagwörtern suchen, erschließt sich auch der Name, der vom englischen Wort „tumble“, zu Deutsch stolpern kommt. Eine weitere moderne Anwendung im Social Media Bereich ist das Forum Pinterest.

⁶ Margraf, Sandra: Strategische Multi Channel & Social Media im CRM. Entwicklung einer ganzheitlichen Multi Channel Management Strategie inklusive Social Media, München 2011, S. 19

Hierbei handelt es sich um eine Art virtuelle Pinnwand, an die Fotos und Artikel „gepinnt“ werden können. Mediennutzer können die Inhalte mit einem „gefällt mir“ markieren, oder aber selbst in einem ihrer Social Media Profile teilen. Dies ist eine beliebte Plattform für Fotografen, die ihre Bilderstrecken mit Beschreibungen auf ihrer Pinnwand veröffentlichen können. Aber auch Modebloggerinnen, Kleiderlabels und etablierte Marken bedienen sich immer häufiger der „Pinnwandmethode“. Wieder gilt der Hauptgrundsatz von Social Media: Beiträge werden von Nutzern für Nutzer erstellt. Dass hierbei auch falsche oder illegale Inhalte vermittelt werden können erklärt sich von selbst, im Vordergrund steht jedoch der Nutzen für die Allgemeinheit.

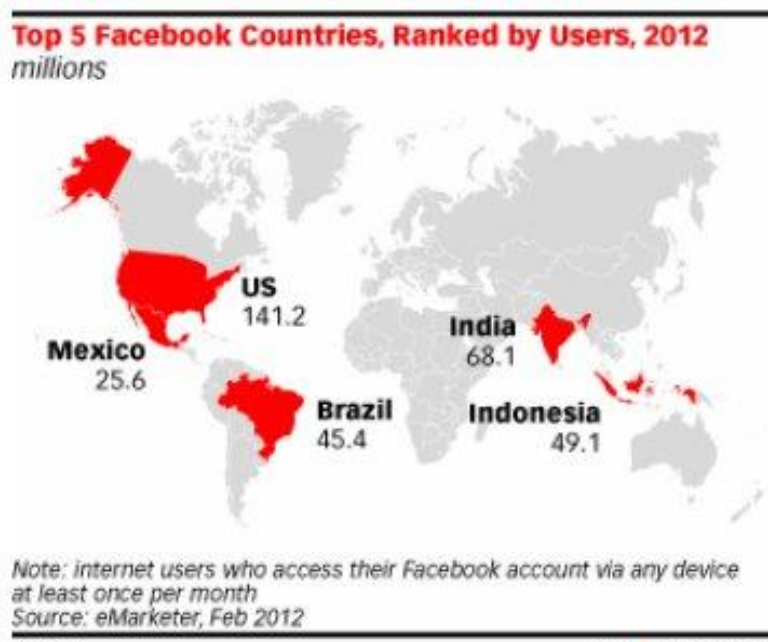


Abbildung 15: Top 5 Facebook-Länder nach eMarketer, Februar 2012
(Quelle: www.tobesocial.de)

Die simple Idee eines amerikanischen Studenten hat sich heute zum etabliertesten sozialen Netzwerk der Gegenwart entwickelt. Mark Zuckerberg hatte 2004 als er Facebook gründete eigentlich nur eines im Sinn: Freunde und Kommilitonen sollten über das Internet miteinander in Kontakt treten können. Nach einer aktuellen Veröffentlichung des

Facebook Newsroom wurden Ende Juni rund 955 Millionen monatlich aktive Nutzer des sozialen Netzwerks gezählt, von denen 552 Millionen täglich online waren.⁷ Nach dem Motto: „Facebook ermöglicht es dir, mit den Menschen in deinem Leben in Verbindung zu treten“ behauptet sich das soziale Netzwerk wie kein Zweites. Zu den fünf Ländern, die zu den Hauptnutzern des sozialen Netzwerks Facebook gehören zählen neben den Vereinigten Staaten von Amerika auch Mexiko und Brasilien, sowie asiatische Länder wie Indonesien und Indien. Kritisiert wird an Facebook stets die Datensicherheit, da jede Spur, die ein User im sozialen Netzwerk hinterlässt, d.h. jedes Like, jeder Kommentar, jede Nachricht, jedes Statusupdate aufgezeichnet und dokumentiert

⁷ Vgl. www.newsroom.fb.com/content/default.aspx?NewsAreaId=20 (10.07.12)

wird. Diese Kritik ist nur begrenzt angebracht. Schließlich passiert in Suchmaschinen wie Google dasselbe. Außerdem ist jeder Nutzer selbst dafür verantwortlich, was er im World Wide Web von sich preisgibt. Er selbst entscheidet darüber, was und wieviel über ihn in den sozialen Netzwerken steht. Facebook ist schließlich nicht eine Gruppe Männer mit Mark Zuckerberg-Masken, die in die Wohnungen der Nutzer einbrechen und ihre Tagebücher scannen. Dafür ist jeder User selbst zur Verantwortung zu ziehen und es gibt immer mehr Menschen, die in einem sozialen Netzwerk ihr ganzes Leben und ihre Probleme offen legen. Empfehlenswert ist hierbei aber eine Privatsphäre-Funktion, die von nahezu jeden Social Network angeboten wird, wodurch das Publikum für eigene Beiträge eingeschränkt werden kann. So ist es innerhalb von Facebook bereits möglich, die Freundesliste auf bestimmte Gruppen aufzuteilen, für die man jeweils die Sichtbarkeit des eigenen Profils bearbeiten kann. So können Arbeitskollegen z.B. nicht alle Fotos vom letzten Partyurlaub einsehen. Insgesamt hat sich das Angebot an Einstellungen erheblich optimiert innerhalb der letzten Jahre. Auch dies ist ein Fakt, der zeigt, wie akribisch an der Verbesserung des Angebots gearbeitet wird, um noch mehr Nutzer für das Netzwerk zu begeistern. Gegner wird es immer geben, aber die sozialen Netzwerke räumen immer weiter Bedenken und Zweifel aus und machen die Nutzung für jedermann attraktiv.

In Deutschland hat sich Facebook bereits gegen die deutschen VZ-Netzwerke (StudiVZ, SchülerVZ, MeinVZ), die dem amerikanischen Modell nachempfunden wurden durchgesetzt. Eine aktuelle Studie des Statistik-Portals „statista“ zeigt das enorme Wachstum der Facebook-Nutzer in Deutschland innerhalb eines Jahres von April 2011 bis April 2012. Tendenz: steigend. Besonders auffällig ist die enorme Steigerung der Nutzer aus der Altersgruppe

von 25-34, welche als äußerst werberelevante Zielgruppe gilt, sowie die Gruppe von 45-54, was zeigt, dass das Angebot in den sozialen Netzwerken allmählich auch gehobeneren Altersgruppen gerecht wird. Aus diesem Grund machen sich daher immer mehr Firmen und Event-Veranstalter die Vorteile der Social Networks zu Nutze, indem sie jene als Marketingplattform erschließen.

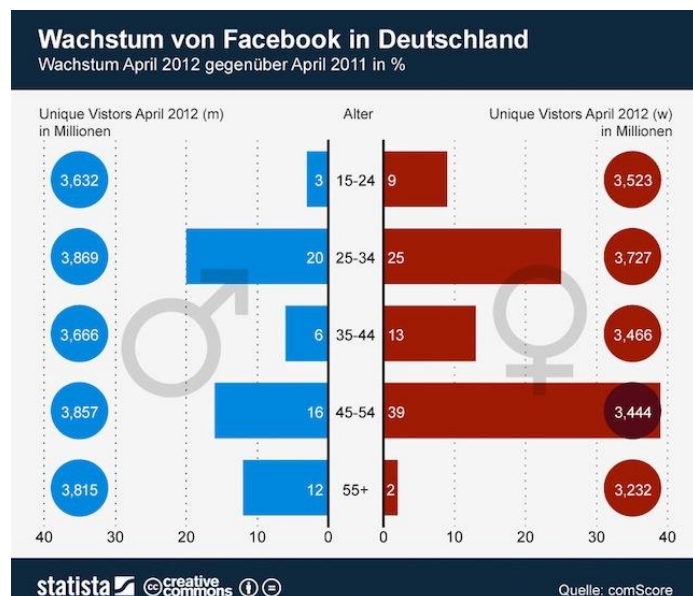


Abbildung 16: Facebook-Wachstum in Deutschland nach "statista" (Quelle: www.netzschnipsel.de)

4.2 Fakten zum Social Media Marketing

– Hauptaugenmerk: Facebook



Abbildung 17: Grafik -
Social Media Marketing
(Quelle:
www.blog.edelundfein.com)

Im Bezug auf Social Media Marketing ist es wichtig, das Internet und dessen Angebot im Wandel der Zeit zu betrachten. Wurde aus dem World Wide Web zunächst das Web 2.0, so ist die Entwicklung Richtung soziale Netzwerke als weiterer Schritt nach vorn anzusehen. Genau wie die unergündlichen Weiten des Internets entwickeln sich die Angebote auf Social Media Ebene rasant weiter. Dies muss auch so sein, betrachtet man das enorme Wachstum auf Social Media Ebene in den vergangenen Jahren. In einem eigenen Profil kann sich sowohl ein Person, als auch ein Unternehmen selbst darstellen und mit anderen Nutzern kommunizieren. Insbesondere der Kommunikationsfaktor spielt im Kundenkontakt eine ernstzunehmende Rolle. Außerdem die Aktualität, mit der ein

Unternehmen an seine jeweiligen Fans herantreten kann. Über den News Feed können stets neue Beiträge zeitgleich von allen Interessierten empfangen werden. Mark Zuckerberg beschreibt, dass Unternehmen dadurch endlich selbst ein Teil der Konversation sein können und nicht mehr nur Gesprächsstoff. Kommunikation und Interaktion mit dem Kunden sind die Schlüsselworte des Social Media Advertisings. Durch die immense Nutzerzahl von sozialen Netzwerken kann im Social Media Marketing eine breite Masse erreicht werden. Aber – und das ist noch viel wichtiger – besteht die Möglichkeit, sich direkt an potenzielle Kunden zu wenden. Dieser Bereich nennt sich „Special Interest“ und kann über die ganz persönlichen Angaben der Nutzer generiert werden. Die Angehörigkeit bestimmter Gruppen, die „Gefällt mir“-Angaben und die eigenen Statusupdates bzw. das Teilen von Inhalten formt aus dem individuellen Nutzer eine werberelevante Figur, die mit entsprechenden Inhalten versorgt werden kann. Daher erscheint auch in der Anzeigen-Leiste neben dem aktuellen Facebook-Fenster stets Werbung, die für den jeweiligen Nutzer von Relevanz ist. Wollte eine Dame vor kurzem ein Kleid kaufen und hat danach im Internet gesucht, so erscheint schnellstmöglich in der Werbeanzeige ein Link zu einem Online-Shop für Kleider. Ebenso können die Nutzer von den Anbietern herausgefiltert werden, die wirklich Interesse am Produkt, oder aber am Unternehmen haben.

Social Media Marketing hat viele Vorteile. Zum Einen ist es einfach und wenig zeitaufwendig, zum Anderen besteht keine hohe Kostenintensität. Social Media kann leicht mit dem bisher bestehenden Web-Auftritt verknüpft und einfach mit betreut werden. Das ist auch der Grund, weshalb immer mehr Unternehmen auf eine Präsenz in sozialen Netzwerken setzen. Sie sind damit direkt am Kunden und haben die Möglichkeit an

Diskussionen teilzunehmen. Unternehmen verwalten ihre Kundenbindung und den Kundenkontakt zunehmend über mehrere verschiedene Wege. Dieses sogenannte „Multi Channel Management“ wird durch Social Media auf ein neues, weiterentwickeltes Level gebracht. Die sozialen Netzwerke bilden hierbei aber nicht nur einen neuen Kanal, sondern gleich eine Vielzahl von neuartigen Möglichkeiten zur Kommunikation mit dem Kunden. Social Media ist kein homogener Kanal, denn es besteht aus verschiedenen Clustern (Bündeln), mit unterschiedlichsten Anwendungstypen. Diese können grob in Special Interest, also das individuelle Interesse eines Nutzers, Personal Involvement, die direkte Miteinbeziehung des Nutzers und seine Möglichkeit zu handeln, sowie das Öffentliche Interesse eingeteilt werden. Zunächst war Social Media ein Nischenphänomen und an ein Marketing in diesem Bereich kaum zu denken. Heute ist es für viele Unternehmen nicht mehr denkbar ohne. Diese Entwicklung kann auch mit der Nutzung von Mobiltelefonen verglichen werden. War zu Beginn die Nutzung eines Handys vielmehr noch Rarität als Alltag, so wäre heute ein Manager ohne mobiles Internet auf dem Smartphone wie eine Hexe ohne Besen. Im Bezug auf Facebook startet das Marketing mit dem Erstellen einer Seite oder sogenannten Page. Hier sind die Aufmachung und Gestaltung ein sehr wichtiger Punkt. Was wird wann kommuniziert? Dies ist die Hauptfrage, die man sich im Social Media Marketing stellen muss.

„Es ist längst kein Geheimnis mehr: Facebook Pages sind ideal, um Marken, Stars, Produkte oder Firmen mit ihren Fans und Kunden in einen aktiven Dialog zu bringen. Beispiele für sehr gelungene Pages gibt es inzwischen einige und zwar in allen Größen und für alle Themen. Von A wie www.facebook.com/adidasoriginals bis Z wie www.facebook.com/ZDFheute. Und von hochprozentig: www.facebook.com/SmirnoffDeutschland bis höchst gesund: www.facebook.com/mymuesli.“⁸

Was bisher allerdings noch etwas vernachlässigt wird ist, dass eine eigene Facebook Page sehr viel Aufschluss über die Fans, also Nutzer gibt. An bestimmten Kennzahlen kann das Nutzungsverhalten der Fans gemessen werden und davon ausgehend speziell Content für dieses Nutzungsverhalten bereitgestellt werden. Hierzu dienen einfache Statistiken, die zur eigenen Facebook Page aufgerufen werden können. Beispielsweise, wie viele User erst kürzlich die Seite mit ihrem „gefällt mir“ markiert haben, oder welcher der beliebteste Beitrag war. Facebook selbst stellt sogar ein umfangreiches Papier zur Verfügung, dass den Erstellern der Seite dabei hilft, das Nutzungsverhalten ihrer Fans zu verstehen und auszuwerten.

⁸ Facebook Insights – URL: <http://allfacebook.de/tutorials/facebook-insights> (aufgerufen am: 17.07.12)

Die Nutzung von Social Media Marketing durch Unternehmen wächst, aber auch im Veranstaltungssegment sind die sozialen Netzwerke nicht mehr wegzudenken. Die Reichweite ist enorm und *„über drei Viertel der Unternehmen, die Social Media betreiben, rechnen mit wachsenden Budgets.“*⁹ Online Marketing ist seit mehreren Jahren fester Bestandteil von einem ernstzunehmenden Firmenauftritt. Die sozialen Netzwerke eröffnen für das Marketing ganz neue, unbeschränkte Wege. Insbesondere im Bereich B-2-C, dem Business to Customer Kontakt bestehen Möglichkeiten wie nie zuvor. Über eine Facebook Page können Umfragen erstellt werden, an der die Fans teilnehmen können, was zu außerordentlich repräsentativen Ergebnissen führt, da man in sozialen Netzwerken bestens über Altersgruppierungen und Typisierungen der Fans verfügen kann. Klassische Methoden, wie das Schicken von Vertretern vor die Haustüre der jeweiligen Kunden werden immer mehr in den Hintergrund gedrängt. Auf Dauer werden die sozialen Netzwerke besonders im Bezug auf das Customer Relationship Management unumgänglich. Marketing-, Vertriebs- und Serviceverantwortliche von Unternehmen sind dazu angehalten ihre aktuelle Marketing-Management Strategie zu überprüfen und gegebenenfalls up zu daten. Ebenso im Bereich Business to Business stellt Social Media eine Komponente dar, die in heutigen Bewerbungsverfahren beispielsweise nicht mehr vernachlässigt werden kann und darf. In sogenannten sozialen Business-Netzwerken wie Xing oder LinkedIn können Unternehmen das Profil ihrer Bewerber überprüfen. Daher hat die Seite einer Person während laufender Bewerbungsverfahren auch deutlich mehr Aufrufe als sonst. Es gibt heute fast keine Personalabteilung mehr, die ihre jeweiligen Bewerber nicht „googlet“, bevor sie zu einem Vorstellungsgespräch eingeladen werden. Um im Social Media Marketing erfolgreich zu sein sind nicht die Kenntnisse eines Medien-Informatikers erforderlich. Über den einfachen Aufbau und die Beschreibungen auf den Pages lässt es sich spielend leicht Beiträge erstellen und Inhalte teilen. Die Fotosharing-Plattform Sturbock hat so innerhalb kürzester Zeit unzählige Fans akquiriert, obwohl deren Facebook-Seite lediglich aus dem täglichen Upload von Fotos besteht. Täglich, aktuell, direkt, dies sind die Schlagwörter der Social Media-Welt. Sie ist schnelllebig und Informationen verbreiten sich rasanter denn je. Wer Social Media Marketing betreiben möchte, sollte sich dessen bewusst sein, dass Aktualität und Dynamik die besten Ergebnisse erzielt und Erfolg generiert. Aktuell liegt die Zahl der Facebook Pages bei rund 42 Millionen.¹⁰

⁹ www.absatzwirtschaft.de/content/online-market-

ing/news/_b=77438,_p=1003186,_t=fthighlight,highlightkey=social+media+marketing (11.07.2012)

¹⁰ Vgl. www.newsroom.fb.com (20.06.2012)

5 Wallenstein TV

Im Social Media Marketing sind nicht nur das Bereitstellen von Status-Updates, Fotos und Artikeln verbreitet, sondern auch der neue Sektor des Social Media TV. Viele Nutzer teilen Videos von Plattformen wie Youtube, Vimeo oder MyVideo und gestalten ihr eigenes Profil somit attraktiver. Außerdem erfahren ihre Freunde oder Follower dadurch auch, welche Musik dem Nutzer vielleicht gerade gefällt, oder welche spannende Reportage er sich angesehen hat. Für ein Unternehmen bietet es sich an, beispielsweise den eigenen Image-Film bei Youtube hochzuladen und die Viralität der



Abbildung 18: Wallenstein TV-Logo (Quelle: privat)

sozialen Netzwerke für die Verbreitung zu nutzen. Besonders Frauen-Magazine greifen immer häufiger auf selbst gedrehte Clips zurück, die z.B. zeigen, wie die neueste Trendfrisur gestylt wird. Make-Up Konzerne wie L'Oréal verbreiten Videos mit Schminkanleitungen. Aber auch die Zahl an richtigen Social Media Sendern wächst stetig. Beispiele hierfür sind munichfashion.tv oder Wiesn Gaudi TV. Das Konzept funktioniert und die Rechnung geht auf. Nutzer greifen direkt auf die bereitgestellten Video-Beiträge zu und es entsteht Interaktivität durch Like- und Kommentarfunktion. Dadurch wird auch sehr einfach durchschaubar, was bei den Zuschauern ankommt und was nicht. Online TV ist das Medium der Zukunft. Immer mehr große TV-Sender pflegen auch ein enormes Angebot im World Wide Web, um noch mehr Zuschauer zu erreichen. Neuartige TV-Geräte sind bereits internetfähig. Es ist gewiss, dass sich bald wesentlich mehr als sowieso schon über Online-TV abspielen wird als bisher.

5.1 Konzept: Social Media Kanal als Marketing-Support der Festspiele

Social Media TV als Marketing-Support für die Wallensteinfestspiele 2012 in Memmingen ist der Grundgedanke. Generell unternimmt der Fischertagsverein Memmingen e.V. auf Social Media Ebene bisher nichts, was das Marketing rund um die Festspiele antreibt. Hier beschränkt man sich bisher auf gewöhnliches Werbeschaltung im Printbereich, also über Artikel, Anzeigen, Plakate, Banner, sowie auf Event-Advertising im Hörfunkbereich lokaler Radiosender. Eine neue Idee ist das Ausstellen von Wallens-

tein-Kostümen im Schaufenster eines der größten Memminger Kaufhäuser, das als Werbepartner mit an Bord geholt wurde. Außerdem gibt es eine klassische Webseite, auf der auch der Online-Ticketkauf möglich ist und wo über Wallenstein in Memmingen informiert wird. Insgesamt ist die Öffentlichkeitsarbeit sehr klassisch gehalten und alles, was sich auf Social Media-Ebene abspielt hat mit den eigentlichen Organisatoren der Veranstaltung nichts direkt zu tun. Es bestehen Gruppen, der unterschiedlichen Wallenstein-Gruppen bei Facebook, sowie Like-Pages von Privatpersonen. Insgesamt kann der Social Media Auftritt daher eher als schwach bewertet werden.

Der Social Media Kanal Wallenstein TV soll dies ändern. Das Konzept ist einfach erklärt: Die Wallensteinfestspiele werden von einem kleinen Team dokumentiert und es werden tagesaktuelle Clips produziert und verbreitet. Die Leitung übernimmt hierbei die Autorin dieser Bachelor-Arbeit Christina Dörr. Für die Verbreitung der täglich aktuell geschnittenen Clips dient in erster Linie die Social Media Plattform Facebook. Dort wird eine Seite erstellt, in welche die Videos, die bei Youtube hochgeladen werden, eingebettet sind. Wallenstein TV folgt dem Modell des Social Media Kanals Wiesn Gaudi TV (siehe www.wiesn-gaudi.tv) für den die Moderatorin von Wallenstein TV (Christina Dörr) auch bereits mehrmals vor der Kamera stand. Die Inhalte können außerdem über eine Homepage – www.wallenstein-tv.de – und die Videoplattform Youtube im Wallenstein TV-Kanal verbreitet werden.

Worin begründet sich das Interesse für einen Social Media Kanal über die historischen Festspiele in Memmingen? Die Grundidee war folgende: Christina Dörr ist seit 1992 ein Teil von Wallenstein in Memmingen. Bei den vergangenen Wallensteinsommern 2004 und 2008 gehörte sie einer Tanzgruppe an, die mit verschiedensten Tänzen bei den Lagerspielen und auch in den Lagern selbst auftrat. In einer solchen Gruppe findet man meist viele Freunde und da die Tanzmädchen außerhalb der Festspiele sich ebenso wöchentlich im Ballettunterricht trafen, kannte man sich sehr gut. Dieses Mal sind viele der damaligen Mitwirkenden der Tanzgruppe durch Arbeit und Studium in alle Himmelsrichtungen verstreut. Manche befinden sich nicht mal in Deutschland. Weil alle mit so viel Leidenschaft immer bei Wallenstein in Memmingen dabei gewesen waren, sind viele davon untröstlich, dass sie in diesem Jahr nicht selbst mitmachen, bzw. die Festspiele nicht einmal selbst besuchen können. Heutzutage ist über das Internet sehr viel möglich, dazu zählt die Videotelefonie. Durch den Wunsch einer ehemaligen Tanzkollegin, es sollen so viele Fotos wie möglich von den Festspielen gemacht werden, oder am besten gleich ein Video, dass sie über das Internet ansehen kann, kam die Idee für Wallenstein TV auf. Das Kernziel ist aber nicht nur die Berichterstattung für ehemalige Mitwirkende, die diesmal nicht dabei sein können, sondern über einen solchen Social Media Kanal können auch noch ganz andere Zielgruppen erreicht werden.

Zum Einen sind da natürlich die aktuell mitwirkenden Mitglieder des Fischertagsvereins. Für sie entsteht durch die Berichterstattung ein Mehrwert. Falls sie durch eigene Aktivitäten in den Lagern etc. zu eingespannt sind, können sie über den Social Media Kanal genau verfolgen, was gerade bei Wallenstein in Memmingen alles geboten ist. Sie sehen eventuell Verwandte oder Bekannte in den Videos oder haben dadurch ein Andenken an die eigenen Auftritte. In der Hektik der Festspiele ist es manchmal nicht einfach, selbst alles zu dokumentieren, was um einen selbst herum passiert, daher ist es ein großer Vorteil, wenn dies andere für einen tun. Die Mitwirkenden können so ihre Zugehörigkeit ausdrücken und eigenen Verwandten über das Internet zeigen, was bei Wallenstein in Memmingen so alles gemacht wird. Auch hier gilt der Verbreitungsgrund an Personen, die nicht persönlich an den Festspielen teilnehmen können, die es aber interessiert, was ihre Verwandten oder Bekannten für eine Rolle bei dem Historienspiel übernehmen.

Insbesondere junge Menschen sind auf den sozialen Netzwerken vertreten und kennen sich damit aus. Die bisher meisten Fans hat Wallenstein TV in der Zielgruppe von 18-24. Sowohl bei den weiblichen, als auch männlichen Teilnehmern liegt die Quote bei über 20 %.¹¹ Der Grund für die Ansprache dieser Zielgruppe ist Folgender: viele Mitwirkende der Wallensteinfestspiele in Memmingen sind schon von Anfang an dabei. Der Startschuss fiel 1980 und somit wird die Tradition nunmehr seit 32 Jahren fortgeführt. Da viele Mitwirkende bereits damals hoch engagiert waren, kann davon ausgegangen werden, dass sie sich in etwa in ihren 20ern befunden haben. Man brauchte viele junge Leute, die sich der Thematik annehmen und mit anpacken. Dies wird auch in Zukunft so sein, doch der Altersdurchschnitt bei den Wallensteinfestspielen liegt in etwa zwischen 45 und 60. Die jungen Leute, die heute dabei sind, engagieren sich mit genau so einer Leidenschaft wie ihre Vorgänger 1980, aber es sind lange nicht so viele wie damals. Daher dient Wallenstein TV im sozialen Netzwerk auch als „Werber-Plattform“. Kongruent zu den Soldatenwerbern im 30-jährigen Krieg, was bei Wallenstein nachgespielt wird, kann Wallenstein TV auch als Werber für neue Mitglieder verstanden werden. Viele Jugendliche wissen vielleicht überhaupt nicht genau, was sie bei Wallenstein erwartet und treten dem Ganzen eher mit einer ablehnenden Haltung entgegen. Wenn sie über den Social Media Kanal einen Eindruck bekommen, was bei Wallenstein alles geboten ist, so können sie sich vielleicht selbst besser damit identifizieren und bekommen Lust sich an den Festspielen zu beteiligen. Besonders in den kommenden Wallensteinsommern werden viele der ehemaligen nicht mehr in der Lage sein, das zu leisten, was bisher für sie selbstverständlich war. Hier ist also der Ansatz-

¹¹ Quelle: Facebook-Statistik der Wallenstein TV-Seite am 24.07.2012

punkt für den Einsatz neuer Mitwirkender geschaffen. Es muss mehr junge Menschen geben, die gewillt sind, die Tradition fortzuführen und es ist umso besser, wenn Wallenstein TV seinen Teil dazu beitragen könnte. So besteht für die jungen Mitwirkenden natürlich auch wieder die Funktion, ihre Freunde über ihr Tun zu informieren, was wieder mehr Fans generiert, weil Freunde und Bekannte der Mitwirkenden sehen wollen, was ihre Bekannte dort so treiben.

Eine weitere Zielgruppe sind Gleichgesinnte aus der ganzen Welt. Nicht nur in ganz Deutschland, sondern auch besonders in Großbritannien gibt es viele Fans des 30-jährigen Krieges. Sie sind fasziniert von der Epoche des Barock und beschäftigen sich gerne mit den geschichtlichen Aspekten dieser Zeit. Aus diesem Grund gibt es unzählige „Reenactment“-Gruppen, die die Geschehnisse von damals nachspielen. Hier geht es zwar primär um Gefechtsdarstellungen, aber die Verbundenheit zur Epoche des 30-jährigen Krieges und die Begeisterung für zeitgenössische Kostüme und Rüstungsgegenstände macht diese Gruppen zur potenziellen Zielgruppe für Wallenstein TV. Zu den Wallensteinsommern reisen nämlich stets Gruppen aus anderen Ländern an. Engländer sind natürlich in den Wallensteinlagern vertreten, aber auch ungarische Reiter geben sich Jahr für Jahr die Ehre. Hier entsteht wieder der Nutzungsmehrwert, dass diese Gruppen somit auch ihre Freunde und Verwandte zuhause mit Material versorgen können, was bei Wallenstein in Memmingen geboten ist und wie das alles ausschaut, wo sie da mitmachen. Aber nicht nur dies. Interessengemeinschaften zum 30-jährigen Krieg gibt es viele. Wenn sie über soziale Netzwerke informiert werden, was man bei den Festspielen alles erleben kann, so lockt sie dies eventuell aus den unterschiedlichsten Ecken Europas in die ehemalige Freie Reichsstadt Memmingen, weil sie an den Festspielen teilnehmen möchten. Dies bedeutet Konjunktur in der Festspielkassse und Internationalität in den Lagern. Das positive Feedback von Gruppen aus ganz Deutschland zu Wallenstein TV lässt sich mitunter auf ein Interesse übertragen, die Festspiele selbst einmal zu besuchen. Dies wird hoffentlich der Fall sein.

Eine weitere Zielgruppe ist die Allgemeinheit. Viele Menschen sind der Ansicht, dass Gruppen, die sich wie in früheren Epochen verkleiden, in Lagern leben und mit Lanzen durch die Gegend exerzieren absolute Freaks sind. Bei Wallenstein in Memmingen kann aber jeder mitmachen, auch wenn man sich normalerweise nicht in seiner Freizeit mit dem 30-jährigen Krieg beschäftigt. Es ist vielmehr als nur ein Historienspiel mit ein paar Verrückten. Über 4500 Mitwirkende von jung bis alt machen in der Festspielwoche Unglaubliches möglich. Wallenstein in Memmingen fand seit jeher unter dem Motto „Die Bürger einer Stadt spielen ihre Geschichte“ statt. Der Einsatz aller Mitwirkenden stärkt das Zusammengehörigkeitsgefühl und dies wird auch nach außen ausgestrahlt. Die Festspiele können jeden begeistern und es ist auch mit Sicherheit für jeden etwas dabei, was ihm gefällt oder ihn interessiert. Dieser Fakt muss von total Unwissenden über die Festspiele aber erkannt werden und dies ist der springende Punkt. Bisher

konnte man sich nur ein Bild davon machen, indem man die Festspiele besucht hat, was schon ein allgemeines Grundinteresse voraussetzt. Über Wallenstein TV können aber Leute erreicht werden, die von selbst niemals auf die Idee kommen würden, die Festspiele zu besuchen. Wenn dann der Effekt entsteht, dass sie sich denken, da ist vielleicht doch etwas für sie dabei und es wäre evtl. doch mal der Wert sich das anzuschauen, so sind damit weitere Besucher gewonnen.

Zusammenfassend dient Wallenstein TV dem Anlocken von neuen Besuchern, dem Informationsaustausch von Mitwirkenden und Gleichgesinnten, sowie dem Anwerben neuer Mitglieder für den folgenden Wallensteinsommer.

Bei der Konzeptionierung ist zu beachten, dass Beiträge für die Fans und Nutzer vorbereitet werden, durch die zum Einen Unterhaltung, zum Anderen aber auch Wissen vermittelt wird. Bei der Beitragserstellung soll hohe Interaktivität mit Mitwirkenden und Besuchern entstehen. Es empfiehlt sich daher, vorab bereits ein genaues Konzept zu erstellen, für die tägliche Beitragserstellung.

Dienstag vor Wallenstein – Natürlich sind die Fans der Wallenstein TV Seite gespannt, was es auf der Seite letztendlich zu sehen gibt. Daher der Beschluss den ersten Video-Beitrag rein moderativ zu gestalten, d.h. die Moderatorin erklärt das grobe Vorhaben hinter Wallenstein TV. Der Beitrag ist schnell produziert und wurde von den Nutzern auch sehr gut angenommen, dies erklären über 1000 Klicks, also Menschen, die die Seite mit dem Video bei Youtube besucht haben innerhalb von nur einer Woche. Als Wiedererkennungsmerkmal dient ein Intro, sowie Outro bei jedem Clip, in das Archivmaterial von Wallenstein 1983 gebettet ist, sowie eine kurze Zusammenfassung, was bei Wallenstein geschieht. „Täglich aktuelle Videos“, „Alles rund um Wallenstein 2012“ heißt es in dem ca. 20-Sekündigen Intro, das mit Musik des Kooperationspartners Vermaledeyt – einer Mittelalter-Band – unterlegt ist.

Donnerstag vor Wallenstein – Neben etlichen vorab veröffentlichten Fotos von Proben der Theatergruppe, Tanzgruppe etc. gibt es 3 Tage vor Beginn der Festspiele einen Videozuschnitt von den Proben. Viele Besucher, sowie auch Mitwirkende können sich nicht richtig vorstellen, welche immensen Vorbereitungszeiten hinter den unterschiedlichen Veranstaltungen wie Theater, Lagerspiele und Reiterspiele stecken und bekommen im Video einen Eindruck davon. Die Magyaren – Pferdekünstler bei den Reiterspielen – sowie die Feuergaukler proben seit über 1,5 Jahren immer auf einem Reitgestüt in einem nahegelegenen Dorf namens Woringen. Die Theatergruppe hatte bereits ein halbes Jahr zuvor – nämlich im Dezember – ihre ersten Leseproben. Die Gaukler übten ihre Kunststücke und Turnübungen seit September 2012 und die Tanzmädchen der Ballettschule schwingen über 4 Monate das Tanzbein, bis alles synchron ist und klappt. Der vorab von den Proben produzierte Clip zeigt den Nutzern einen gro-

ben Überblick über die Vorbereitungsszenarien und das Feedback ist durchwegs positiv. Nutzer äußern sich beispielsweise in dem Sinne, dass sie sich gar nicht bewusst gewesen seien, dass auch die Reiter einen eigenen Platz haben, wo sie ihre Übungen und Kunststücke mit den Pferden trainieren. Hier entsteht auch der Faktor der Interaktivität, da insbesondere die Mitwirkenden der einzelnen Gruppen sich im Video wiederfinden und es dann Freunden zeigen möchten. Somit wurde innerhalb kürzester Zeit auch eine hohe Viralität mit dem Video erreicht und die Nutzer sind durchwegs begeistert und fiebern den nächsten Beiträgen entgegen. Von Vorteil bei der Vorproduktion von Videos ist, dass sie am jeweiligen Tag nur noch gepostet werden müssen. In der Wallenstein-Woche selber wird aber jeden Tag aktuell gedreht und geschnitten.

Tag 1 der Festspiele – Für den ersten Tag von Wallenstein 2012 stehen zwei wichtige Programmpunkte an. Es soll einen Beitrag über die vormittags stattfindende Matinee, sowie einen weiteren über den großen Festumzug, der den Einzug Wallensteins in Memmingen nachspielt, geben. Außerdem wird die Wallensteinwoche mit einer ebenfalls vorproduzierten Mini-Reportage über die Wallensteinfestspiele in Memmingen eingeläutet. Die Nutzer sollen zunächst informiert werden, worum es bei diesem Event überhaupt geht. Wer eignet sich zu diesem Anlass besser, als Personen, die von Anfang an dabei waren? Sieglinde Pfeifer – die Witwe des Organisators von 1980 – und Jürgen Ullrich stehen im Video Rede und Antwort zu den Umständen und Begebenheiten um 1980. Sie erklären im Video, was alles unternommen wurde, dass die eigentlichen Vorbereitungen schon 1,5 Jahre früher losgingen und dass es nicht immer einfach war. Im Reportage-Stil wird anhand der Interviews, aber auch mit dem Archivmaterial von 1983 die Entstehungsgeschichte der Festspiele rekonstruiert. Viele Mitwirkenden, sowie langjährige Besucher wissen nämlich nicht genau, was alles hinter der Geschichte der Festspiele steckt. Der zweite Beitrag über die Matinee beginnt mit einer Willkommens-Moderation. Anschließend wird ein Querschnitt durch die Vorstellung geboten, da die Matinee im Prinzip auch nichts anderes im Bezug auf die Festspiele ist. Es treten Tänzer, Gaukler, Schauspieler und Stelzenläufer auf und im Beitrag werden kurze Szenen von den jeweiligen unabhängigen Darbietungen gezeigt. Außerdem findet am ersten Sonntag der Festspiele immer der historische Einzug Wallensteins nach Memmingen statt. Alle Gruppen ziehen durch die Stadt und der Besucher hat die Möglichkeit, sich ein Bild von der Masse an Mitwirkenden und deren unterschiedlichen, teils sehr aufwendigen Kostümen zu machen. Ein Videozusammenchnitt – unterlegt mit der Musik von Vermaledeyt – zeigt die schönsten Impressionen des Umzugs und die verschiedenen Kostüme der unterschiedlichen Gruppen. Auch hier die Interaktivität: Mitwirkende freuen sich, wenn sie im Video zu sehen sind und leiten es evtl. an Bekannte weiter. Dies steigert einerseits die Anzahl der Views, andererseits erreicht das Video dadurch eine erhöhte Viralität.

Tag 2 der Festspiele – Am Montag geht es richtig los mit Lagerleben etc. Geplant ist ein Video, das aus sogenannten VoxPops und einigen Lagerimpressionen besteht. Mitwirkende und Besucher sollen ihren Wochenausblick schildern. Was ist das persönliche Highlight für einen Mitwirkenden, werden Besucher die Woche öfters ins Lager kommen usw. Der Clip wird mit einigen Lagerimpressionen gespickt und die VoxPops eingestreut. Hierbei werden auch erstmals Besucher auf die Seite aufmerksam gemacht, die bisher hauptsächlich von eingefleischten Wallenstein-Fans besucht wurde. Die Nachricht über die Existenz von Wallenstein TV verbreitet sich sehr schnell und die Seite auf Facebook erhielt somit schon fast 400 „Gefällt mir“-Angaben. Hier auch wieder die Interaktivität. Interviewte Zuschauer werden sich die Seite anschauen, um sich vielleicht selbst im Video zu entdecken.

Der zweite Beitrag für diesen Tag ist ein Trailer über die Lagerspiele. Diese finden jeden Abend in der Grimmelschanze statt und mit einem kurzen Querschnitt durch das Programm soll den Nutzern Lust darauf gemacht werden. Der Trailer – oder Zusammenschnitt spannender Szenen – dient ähnlich einer Trailers für einen Spielfilm im Fernsehen der Werbung für das jeweilige Event. Was erwartet den Zuschauer bei dieser Vorstellung? Ist das überhaupt etwas für mich? Diese Fragen werden den Nutzern durch einen prägnanten Zusammenschnitt der Szenen aus den Lagerspielen beantwortet. Insbesondere auch die Entscheidung, ob es eine Veranstaltung für die Familie ist, oder ob die Darbietung sich mehr für einen Abend zu zweit eignet.

Tag 3 der Festspiele – Am Dienstag in der Wallensteinwoche, also genau eine Woche nach dem Hochladen des ersten Videos sind folgende Themen geplant: Vormittags gibt es wieder einen vorproduzierten Clip, nämlich ein Interview mit den Gallas Dragonern. Dieses wird bereits am Donnerstag vor Beginn der Festspiele im fertig aufgebauten Lager der Gruppe gedreht. Hier geht es speziell um Waffen im 30-jährigen Krieg. Die Dragoner sind die einzige Soldatengruppe, die sowohl Schusswaffen, als auch Degen und Spieße trägt. Daher eignen sie sich für das Interview besonders gut. Im Clip erklären zwei Mitglieder der Dragoner, welche Waffen sie am Leib tragen und wie diese funktionieren. Einer hat sogar eine richtige Rüstung an und erklärt die einzelnen Bestandteile. Der Clip soll zeigen, dass es sich bei den Wallensteinspielen nicht schlicht um eine große Kostümparty handelt, sondern dass auch große Fans der Zeit des 30-jährigen Krieges mit originalgetreuer Ausrüstung den Zuschauern vermitteln, wie man sich das damals vorstellen konnte. Das Interview wird geführt von Bastian Dörr, da Waffen ein Männer-Thema sind, worüber diese besser fachsimpeln können. Als zweiter Videobeitrag ist das sogenannte „Wallenstein-Quiz“ vorgesehen. Mitwirkende und Besucher werden hierbei von der Moderatorin Christina Dörr auf die Probe gestellt. Wer kennt sich mit Memminger Gesichtern aus und vor Allem: Erkennt auch wirklich jeder den Generalissimus Albrecht Wenzel Eusebius von Wallenstein? Die Mutmaßungen der Befragten darüber, wer auf den Fotos abgebildet sein könnte sind

meist sehr unterhaltsam und evtl. ist auch jemand dabei, der alle Gesichter einwandfrei zuordnen kann. Dies ist als netter Entertainment-Beitrag geplant, der zudem wieder Interaktivität schafft und die Mitwirkenden und Besucher für den Online-Kanal begeistert und interessiert. Der dritte Clip ist wieder ein Trailer. Diesmal für das Theater auf dem Marktplatz. Es werden kurze Szenen angespielt, die die Nutzer dazu bewegen sollen, sich das Stück selbst anzuschauen. Hier ist es insbesondere sehr wichtig, den Text der jeweiligen Szenen genau zu beachten. Was könnte den Zuschauer interessieren? Wie erzählt man die Geschichte, ohne zu viel zu verraten? Hierbei ist die Dramaturgie zu beachten, damit ein schöner Trailer entsteht, der den Besucher gefällt und diese anlockt. Wichtig ist das Erscheinen des Feldherrn Wallensteins im Trailer, damit auch deutlich wird, wie viel das Theater mit der eigentlichen Geschichte zu tun hat.

Tag 4 der Festspiele – Der Mittwoch beginnt mit einem vorproduzierten Video. Dies ist wieder als Wissensbeitrag gedacht und behandelt das Thema „Beauty im Barock“. Die Moderatorin Christina Dörr macht sich im Internet schlau, was es in der Epoche des Barock, also zur Zeit des 30-jährigen Krieges für Gepflogenheiten im Bereich Schönheit und Hygiene gab. Bekannt ist z.B. dass man sich die Lippen mit Honig eingecremt hat, um diese weicher zu machen und Risse zu heilen. Außerdem sollen die Frauen sich die Haare mit Eiern „gewaschen“ haben, um diese geschmeidiger zu machen. Diese Dinge werden auf den Prüfstand gestellt und am eigenen Leib auf Wirkung und Funktionalität getestet. Der zweite Beitrag dreht sich rund um das Leben im Lager. Aber nicht nur das, sondern, was man im Lager alles erleben kann. Sowohl als Besucher, als auch als Mitwirkender. Ein „Zivilist“ und der Moderator Bastian Dörr testen die Lager-Attraktionen. Es gibt die unterschiedlichsten Abenteuer-Angebote und Wallenstein TV möchte sie alle zeigen und testen. Am Ende des Beitrags wird der Zivilist mit einer Helm-Kamera in das Lager geschickt, was passiert wird eine große Überraschung. Der letzte Beitrag für den Mittwoch der Festspiele wird der Trailer zu den Reiterspielen im Reichshain-Stadtpark. Auch hier wieder die Intention, den Fans zu zeigen, was alles geboten ist bei dieser Veranstaltung und die Akquirierung von neuen Besuchern.

Tag 5 der Festspiele – Der Tag beginnt mit einem Interview mit den Organisatoren. Kann eine erste Zwischenbilanz gezogen werden? Wallenstein TV fragt nach, wie die Festspiele bisher verlaufen sind. Wichtig hierbei sind natürlich nicht nur Besucherzahlen und Umsätze, sondern auch Fakten wie technische Abläufe, Verletzungen und Umsetzungsschwierigkeiten werden hier thematisiert. Weiter geht es mit einem aktuellen Video, dem Wallenstein Outfit-Check. Die Wallenstein Kostüme sind sehr aufwendig und es braucht eine Weile, bis man alles angezogen hat. Insbesondere die Bekleidung der Soldaten besteht manchmal aus mehr als 10 Einzelteilen. Was tragen die Wallensteiner? Wie zieht man sich am besten an und wie kommt man mit der altertümlichen Mode zurecht? All diese Fragen werden im Beitrag geklärt. Als dritten Clip

gibt es wieder einen Veranstaltungstrailer. Die Gefechtsdarstellung ist zwar kein regelmäßig statt findendes Event, aber in den Lagern exerzieren die Soldatengruppen was das Zeug hält. Auf dem Marktplatz haben Gastgruppen, Pikeniere und Musketiere einige Szenen aus einer historischen Gefechtssituation nachgespielt und dies wird im Trailer zur Gefechtsdarstellung gezeigt. Die Musketiere und Pikeniere bilden einen Igel, eine früher übliche Gefechtsaufstellung bei Schlachten, bei der im Inneren die Musiker im Schutz der mit Piken bewaffneten Pikeniere stehen. Außen formieren sich die Musketiere mit ihren Musketen zum direkten Angriff. Außerdem sieht man, wie es im 30-jährigen Krieg üblich war, bei Gefechten aufeinander zu zu marschieren, sowie die Hauptleute bei den Verhandlungen über den weiteren Gefechtsablauf.

Tag 6 der Festspiele – erster aktueller Beitrag: Küche im 30-jährigen Krieg. Ein Mitwirkender der Bevölkerung erklärt, was man zur Zeit des 30-jährigen Krieges gegessen hat. Gemeinsam wird die überall erhältliche einfache Lagerspeise „das Schmalzbrot“ zubereitet. Außerdem zeigt Wallenstein TV, was es in den Lagern heute zu essen gibt. Die Ernährung und vor allem das Speiseangebot in der Epoche des Barock waren alles andere als feierlich. Was durfte sich der Adel damals schmecken lassen? Wie oft hat man am Tag als normaler Bürger etwas zu beißen gehabt und was war das typischste Essen der damaligen Zeit? Wallenstein TV klärt mit diesem Beitrag auf. Außerdem folgt die Top 5 der Wallenstein-Erlebnisse. Mitwirkende erzählen lustige oder skurrile Geschichten von Wallenstein. Hierbei soll der Fakt hervorgehoben werden, dass für jeden Wallenstein etwas anderes bedeutet und doch alle miteinander fungieren. Persönliche Erlebnisse, die den Gedanken an Wallenstein immer zu einer schönen Erinnerung machen, das soll der Beitrag zeigen. Emotional und informativ. Der 3. Beitrag für diesen Tag ist ein Zusammenschnitt aus der Veranstaltung „Tanz auf dem Kopfstein“, die am Vorabend auf dem Memminger Marktplatz stattgefunden hat. Einige schöne Szenen werden herausgepickt und das besondere daran: Am Ende werden die Zuschauer selbst dazu animiert, auf dem Marktplatz mitzutanzten.

Tag 7 der Festspiele – Am letzten Samstag der Festspiele findet der historische Handwerkermarkt statt, der seine Tore bereits am Vortag geöffnet hat. Wallenstein TV schaut sich den Markt genauer an. Was gibt es alles zu sehen und zu kaufen? Hierbei interessant ist, dass die Handwerker ihre Verkaufsstücke vor den Augen der Zuschauer bearbeiten und produzieren. Der Beitrag gewährt spannende Einblicke ins Handwerk und die Schausteller können allerhand Fragen zu ihrer Zunft beantworten. Wichtig ist hierbei auch die Frage, wie das Handwerk zur Zeit des 30-jährigen Krieges aussah. Als zweiter Beitrag ist ein Überblick über das Lagerleben bei Nacht geplant. Wenn die Besucher größtenteils weg sind und die Lichter aus, geht es im Lager erst richtig los. An den Lagerfeuern sitzen unzählige Menschen. Es wird gesungen, getanzt, Geschich-

ten erzählt. Das Lagerleben bei Nacht hat eine ganz besondere Atmosphäre und hier wird es erst richtig historisch. Man liegt auf Heu-Säcken oder sitzt auf Holzbänken, das Feuer flackert, der Wein fließt. Meist schließen sich die verschiedensten Gruppen zusammen und ziehen regelrecht von Lager zu Lager. In einer Nachtwächter-Tour erkundet Wallenstein TV das nächtliche Lagerleben und seine Attraktionen. In den Lagern wird nachts komplett auf Strom verzichtet. Die einzige Beleuchtung stammt von den Feuern und Kerzen, was eine sehr romantische Stimmung schafft. Die Moderatorin führt durch die Lager und interviewt die Fei ergemeinde am Ort des Geschehens.

Tag 8 der Festspiele – Am letzten Sonntag der Festspiele ist es Zeit für einen Rückblick auf die Wallensteinwoche. Der erste Beitrag ist ein Zusammenschnitt aus den schönsten Wallenstein-Bildern der gesamten Festspiele. Nur mit Musik unterlegt lässt Wallenstein TV die Woche nochmals Revue passieren. Besonders für die Mitwirkenden ist dies ein schöner Abschluss und sie sehen nochmal alles auf einen Blick. Nach dem Wochenrückblick gibt es ein abschließendes Fazit im Lager. Sowohl Mitwirkende, als auch Besucher, aber auch Oberbürgermeister und Organisatoren geben ihr persönliches Fazit zu den Wallenstein Festspielen 2012. Wie haben die Befragten Wallenstein für sich individuell erlebt? Was war besonders gut? Der Beitrag bietet eine Zusammenfassung der Eindrücke und Erlebnisse und stellt somit eine Ergänzung zum Beitrag mit den schönsten Wallenstein-Bildern dar. Am letzten Abend der Festspiele ist ein großes Feuerwerk geplant. Auch dieses wird von Wallenstein TV festgehalten und man verabschiedet sich somit moderativ von den Fans und Zuschauern.

Insgesamt sind die einzelnen Tage im Bezug auf die Beiträge so konzipiert, dass es mittags einen vorproduzierten Wissensbeitrag gibt, nachmittags einen aktuellen Beitrag aus den Lagern, sowie abends einen Trailer für eine jeweilige Veranstaltung. Die Zeiten für die Veröffentlichung richten sich nach der Umsetzbarkeit der Beiträge. So sollte der erste zwischen 12.00 – 14.00 Uhr online gehen. Der zweite aktuell geschnittene zwischen 16.00 – 18.00 Uhr, sowie der letzte ab 20.00 Uhr. Es wird absichtlich auf Veröffentlichungen am Vormittag verzichtet, auch wenn dies normalerweise eine gute Zeit für Posts ist, da viele Menschen im Büro sitzen und sich auf sozialen Netzwerken befinden, aber es wird davon ausgegangen, dass die meisten der Mitwirkenden bei den Festspielen Urlaub haben und somit wird diese Zeit zum Posten irrelevant.

Der Social Media Kanal „Wallenstein TV“ hat somit eine Funktion der Information, Dokumentation, aber auch Unterhaltung. Aus jedem Bereich soll etwas dabei sein, um die breite Masse der Fans zufrieden zu stellen. Es geht nicht nur um ein Spaß-Programm, ebenso handelt es sich aber auch nicht nur um schnöde Informations-Bereitstellung. Die Vielfältigkeit der Beiträge, sowie die Interaktionsmöglichkeiten mit dem Team machen den Kanal für die Nutzer interessant. Mit dem bereitgestellten Programm soll sich jeder identifizieren können, sowie alle Fans etwas davon haben. Die Clips, die als Do-

kumentation der Veranstaltungen dienen, lassen sich von den Nutzern einfach verbreiten, damit diese Freunden und Familie aus aller Welt demonstrieren können, was bei Wallenstein in Memmingen alles geboten ist. Die täglich neu produzierten Beiträge haben die Funktion der Aktualität und zeigen den Fans, was an den jeweiligen Tagen im Lager alles los war. Die geschichtlich angehauchten Informationsbeiträge sind speziell für jene gedacht, die sich besonders für die Thematik interessieren und darüber informiert sein möchten.

5.2 Umsetzung

Das Projekt beginnt mit dem Erstellen einer Facebook-Seite am 9. Februar 2012. Die Wallensteinfestspiele sind zwar noch in weiter Ferne, aber es kann bekanntlich nie früh genug damit angefangen werden, Fans zu akquirieren. Für die Seite werden klare Kriterien festgelegt: Wallenstein TV konzentriert sich hauptsächlich auf die Bereitstellung von Videos, wobei die filmische Berichterstattung erst eine Woche vor den Festspielen beginnen soll. Außerdem stellt Wallenstein TV ausschließlich eigene Produktionen auf der Seite zur Verfügung. Seien es Fotos, Videos oder Posts. Es werden keine Inhalte von Online-Zeitungsartikeln, oder Fotos von anderen Wallenstein-Berichterstatteuren geteilt. Veröffentlicht werden nur eigene Fotos und Videos. Anfang April wird mit der Gestaltung der Seite effektiv begonnen. Hierzu dient ein erstes Fotoalbum, mit privaten Fotos der vorherigen Wallensteinfestspiele im Jahr 2008. Auch ein Titelbild wird für die Chronik der Seite gewählt.



Abbildung 19: Titelbild der Wallenstein TV-Facebookseite (Quelle: privat)

Das Titelbild zeigt ein Vierergespann von Kaltblutpferden eine der größten Kanonen des 30-jährigen Krieges über den Memminger Marktplatz ziehen. Das Bild ist bewusst so gewählt und zeigt nicht den Wallenstein-Darsteller, weil zum Einen noch nicht bekannt ist, wer der neue Wallenstein wird und außerdem um zu zeigen, dass es bei Wallenstein TV eben auch um alles rund um Wallenstein geht und nicht nur um die Person.

Die erste Amtshandlung nach Willkommens-Beiträgen ist das Hochladen eines ganzen Albums von Wallenstein 2008. Auswärtige sollen damit einen Eindruck vom Umfang der Festspiele erhalten und Mitwirkende schon mal darauf eingestimmt werden. Diese passive Berichterstattung stößt bereits trotz weniger Fans auf sehr positiven Zuspruch, auch von außerhalb. So begrüßt beispielsweise die Userin Silvana Gorsi die Wallenstein-Mitwirkenden von den Landsknechten aus Wittenberg unter einem Foto.

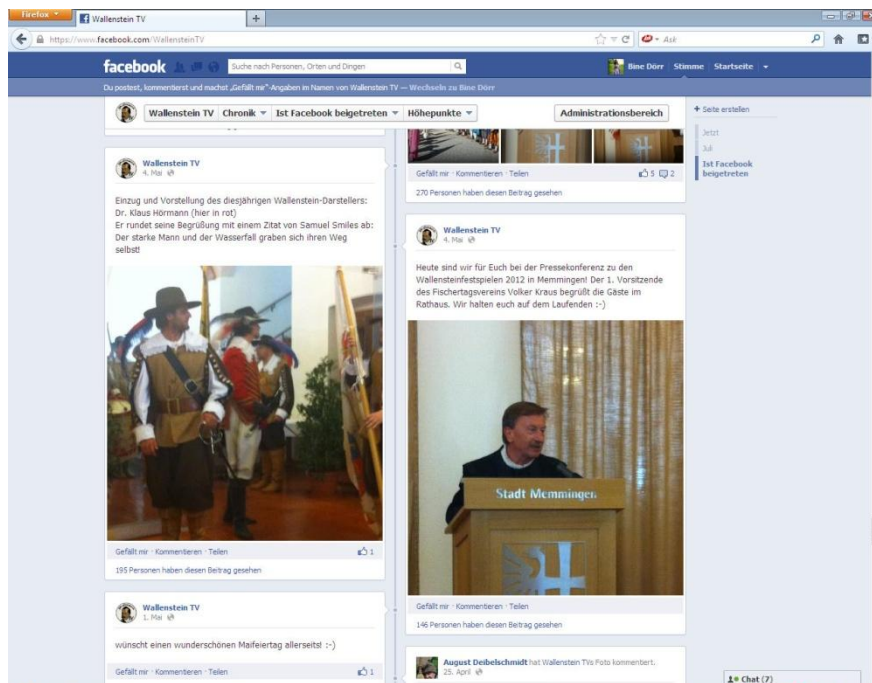


Abbildung 20: Screenshot mit der Veröffentlichung der Pressekonferenz (Quelle: Wallenstein TV-Facebookpage)

Die erste offizielle Amtshandlung von Wallenstein TV ist der Besuch der Pressekonferenz des Fischertagsvereins s. Diese sind die Veranstalter und informieren mit einigen Monaten Vorlauf, nämlich am 4. Mai eine ausgewählte Gruppe Journalisten über die Wallensteinfestspiele 2012. Für die

Berichterstattung beschränkt man sich auf Fotos, da eine bildhafte Darstellung nicht besonders förderlich und interessant wäre. Aber die Nutzer sollen bereits sehen, dass etwas geschieht und vor allem, dass Wallenstein TV für sie vor Ort ist.

Ab diesem Zeitpunkt werden die Nutzer in regelmäßigen Abständen mit Fotos und Beiträgen versorgt, bis die eigentliche Berichterstattung über die Festspiele losgehen kann. Es gibt beispielsweise noch ein Fotoalbum, mit Impressionen der Stadt Memmingen, die als Schauplatz der Festspiele dient. Außerdem wird am 13. April verkündet, dass Wallenstein TV eine Musikkoooperation mit der historischen Band „Vermaledeyt“ geschlossen hat, welche ihre Musik für sämtliche Beiträge des Online-

Senders kostenlos zur Verfügung stellen. Es gibt außerdem erste Foto-Statusupdates von den Theaterproben. Bei den Fotoveröffentlichungen, die nicht via iPhone erfolgen, wird über jedes Foto ein sogenannter Vignettierungs-Effekt gelegt, der die Fotos unverwechselbar zu den Bildern von Wallenstein TV machen soll. Da aus Zeitgründen kein extra Logo eingefügt werden kann, werden die Fotos somit auch als Eigentum von Wallenstein TV markiert. Außerdem wird deutlich darauf hingewiesen, dass das Bildmaterial lediglich geteilt, nicht aber heruntergeladen und selbst veröffentlicht werden darf. Um die Nutzer nicht mit Posts zu überfluten, pausiert die Berichterstattung von Wallenstein TV für ca. einen Monat, aber auch, weil es in dieser Zeit nichts wirklich Interessantes zu berichten gibt. Der Countdown startet erst wieder 60 Tage vor Beginn der Festspiele, nämlich am 29. Mai 2012.

Ab diesem Zeitpunkt wird die Frequenz der Beiträge zunächst auf wöchentlich gesteigert. Es gibt weitere Fotos zu Probenbesuchen bei den Gauklern der Lagerspiele, der Tanzgruppe, sowie der Trommel- und Exerzierübung der dänischen Leibwache. Außerdem besucht Wallenstein TV die erste Kostümanprobe der Theatergruppe und hält diese in Fotos fest. Anfang Juli, also noch vor jeglicher Video-Berichterstattung zählt die Facebookseite Wallenstein TV bereits über 200 Fans.

Ab Dienstag vor Beginn der Festspiele geht es erst richtig los. Hier wird der erste Beitrag online gestellt, in dem erstmals das professionelle Intro und Outro zu sehen ist, sowie die Moderatorin Christina Dörr kurz erklärt, was die Fans von Wallenstein TV in der Woche der Festspiele vom Online-Sender erwarten dürfen. Im selben Tag ist auch die Veröffentlichung der Homepage geplant: www.wallenstein-tv.de, diese verzögert sich jedoch wegen technischer Schwierigkeiten beim Upload auf Freitag. Die Problematik hierbei war, dass die Domain zwar gekauft und bezahlt wurde, aber der Anbieter 1&1 diese nicht freigeschaltet hatte. Somit konnte die Seite nicht zum gewünschten Zeitpunkt online gehen. Die Homepage ist sehr schlicht gehalten und unterteilt sich in 5 Unterkategorien. Neben dem Reiter „Home“ gibt es einen für die Videos, eine Gallery mit Fotos, sowie die Reiter „About“ und Impressum“. Auf der Hauptseite wird stets das aktuellste Video in Großformat, sowie ein Button mit „weitere Videos“ angezeigt. Über zwei Symbol-Buttons im rechten oberen Eck gelangt der Nutzer direkt zum Youtube-Kanal, oder auf die Facebookseite. Außerdem werden auf der Homepage die Sponsoren und Partner in der untersten Zeile der Hauptseite genannt. Hierzu zählen neben der Mittelalter-Band Vermaledeyt auch die Druckerei Willi Müller, die Visitenkarten für Wallenstein TV gedruckt hat, sowie die Homepage des Cutters Eduard Rittinger: Seensign. Der schlichte Aufbau der Homepage ist einfach erklärt. Auf einem Hintergrundbild, das Himmel und Bäume darstellt, liegt eine Art Pergament-Papier, auf welchem die Inhalte eingebettet sind. Die Videos erscheinen in einem Youtube-Fenster und können direkt auf der Homepage angeklickt werden. Fotogalerien befinden sich unter dem Reiter Gallery, wo 3 Unter-Alben aufgerufen werden können. Einmal zum

Umzug, zur Stadt Memmingen, sowie zu den Veranstaltungen wie Reiterspiele, Theater und Lagerspiele. Die Alben sind wie Polaroid-Fotostapel visualisiert, was das Gefühl des „in-die-Hand-nehmen“ hervorrufen soll, wenn man sich durch die Fotogalerie klickt,

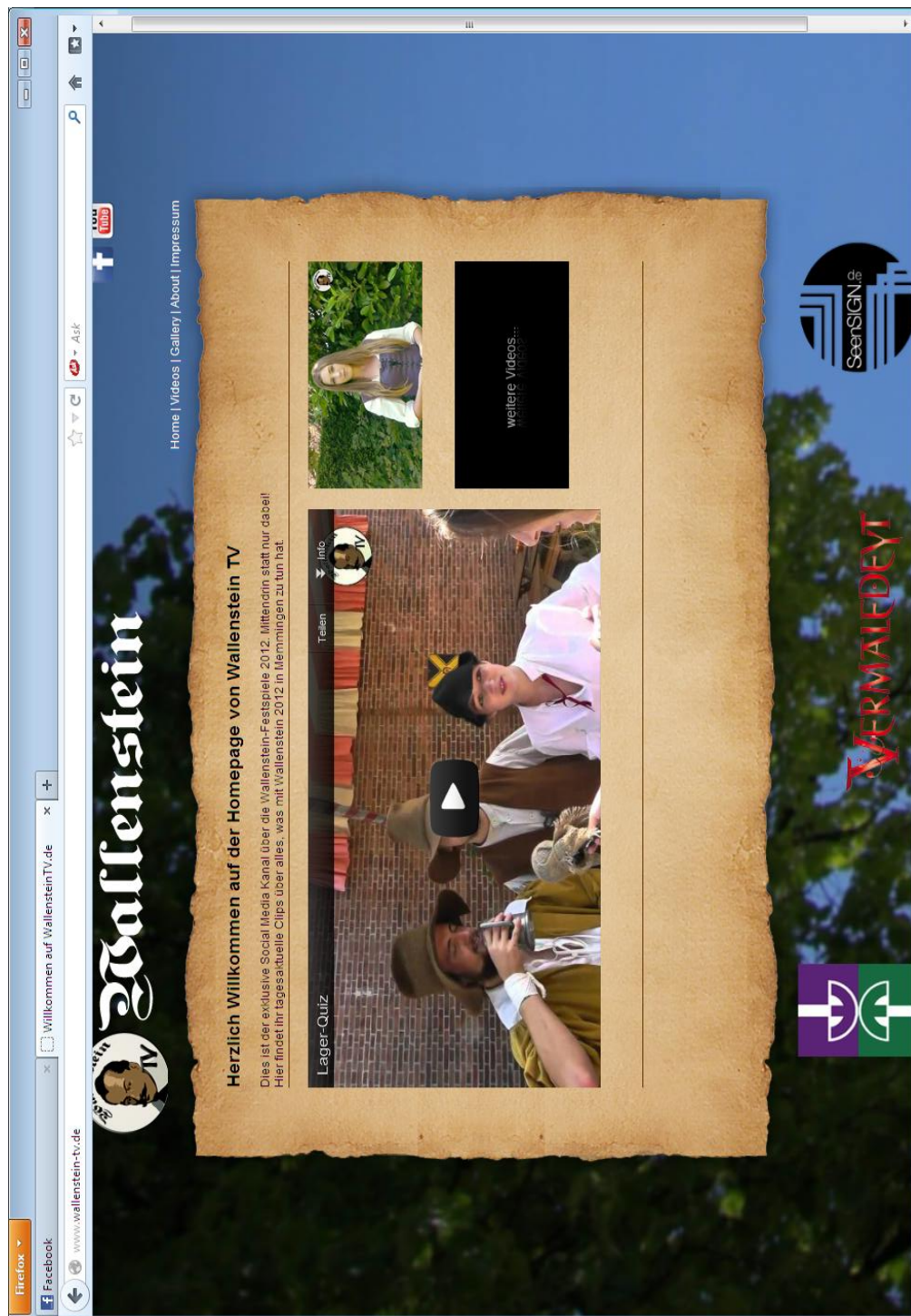


Abbildung 21: Homepage-Layout "Wallenstein TV" (Quelle: www.wallenstein-tv.de) weitere Layout-Optionen siehe Anhang

Am Donnerstag vor den Festspielen konnte wie geplant der Probenzuschnitt bei Youtube hochgeladen und über Facebook verbreitet werden. Im Video sind Szenen aus den unterschiedlichsten Vorbereitungen für Wallenstein 2012. Reitübungen und Feuerspucken wurde auf einem Gestüt in Woringen, einem nahegelegenen Dorf geprobt. Die Tanzchoreographien studierten die Mitwirkenden Tänzerinnen und Tänzer in der Ballettschule Buhmann ein und die Gaukler üben ihre waghalsigen Kunststücke in der Reichshain-Turnhalle. Es waren Besuche bei den Proben erforderlich, sowie beim Lageraufbau in der Grimmelschanze, um das Video zu vervollständigen. Es wurde am Mittwoch von Christina Dörr geschnitten und fertig gestellt und konnte am Donnerstag nach Bearbeitung durch Eduard Rittinger hochgeladen werden.

Bereits zuvor führte Christina Dörr Interviews mit Sieglinde Pfeifer und Jürgen Ullrich, für den für Sonntag geplanten Reportage-Beitrag. Auch dieser wurde von ihr bearbeitet und geschnitten. Der Schnitt-Assistent Eduard Rittinger war bei solchen Beiträgen nur noch für das Einfügen des von ihm erstellten Intro und Outro, sowie das Einfügen von Bauchbinden zuständig. Er wurde auch mit der Erstellung von Homepage und Youtube-Kanal beauftragt und hatte die Aufgabe, die Videos nach Finalisierung bei Youtube hochzuladen und in die Homepage einzubetten.

Ebenfalls am Donnerstag vor den Festspielen wurden die Generalproben aufgezeichnet, sowie ein Interview gefilmt. Die Generalproben von Lagerspielen, Reiterspielen und dem Theater sind öffentlich zugänglich und nach Absprache mit den Veranstaltern wurde auch das „Ok“ für die Filmaufnahmen gegeben. Das Interview fand im Lager der „Gallas Dragoner“ statt und dies sollte der Beitrag zum Thema Waffen im 30-jährigen Krieg werden. Die Moderation übernahm bei diesem männeraffinen Thema der Moderator Bastian Dörr. Die Trailer sowie den Beitrag über Waffen stellte ebenfalls Christina Dörr schon vorab fertig, wobei die Reiterspiele am Montag-Abend nochmals gefilmt werden mussten, da die Generalprobe ein totales Chaos war.

Für den ersten Tag der Festspiele, den Sonntag, waren drei Beiträge geplant. Begonnen werden sollte mittags mit der Reportage. Da diese bereits fertiggestellt war, konnte sie problemlos hochgeladen und gepostet werden. Der nächste Beitrag sollte ein Zusammenschnitt aus der Matinee am Marktplatz sein, welches die Eröffnungsveranstaltung ist. Das Material wurde direkt nach der Veranstaltung abgeliefert, damit Eduard Rittinger es bearbeiten konnte. Ein weiterer Beitrag sollte der historische Einzug Wallensteins in die Stadt Memmingen sein. Dieser wurde unter widrigen Wetterbedingungen gefilmt, da es den ersten Tag der Festspiele fast nur geregnet hat. Beim Abliefern des Materials wurde ein Problem bekannt. Der Beitrag über die Matinee konnte zwar geschnitten werden, aber es gab technische Probleme, die den Upload unmöglich machten. Jeder Versuch das Problem zu beheben war zwecklos und so konnte zwar der zweite Beitrag geschnitten, aber ebenso nicht hochgeladen werden. Mit solchen

Schwierigkeiten sollte immer gerechnet werden, so wurde der Upload auf den Folgetag verschoben. Auch der erste Beitrag für Tag 2 wurde bereits am Sonntag aufgezeichnet. Hierbei begaben sich Moderatorin Christina Dörr und Kameramann Bastian Dörr durch die Wallenstein-Lager und befragten sowohl Mitwirkende, als auch Besucher nach ihrem Ausblick für die Wallenstein-Woche 2012. Der zweite Beitrag für diesen Montag war auch bereits vorab produziert worden, nämlich der Trailer für die Lager-spiele. So wurden an Tag 2 nicht wie geplant zwei Beiträge, sondern vier hochgeladen und gepostet. Dafür gab es an diesem Tag keine allzu großen Umstände mit Filmaufnahmen, da die Beiträge bereits vorproduziert waren. Lediglich am Abend musste die Aufführung der Reiterspiele erneut gefilmt werden, da die Generalprobe nur unzureichendes Material geliefert hatte.

Am Dienstag musste der Trailer für die Reiterspiele umgehend von Christina Dörr geschnitten werden. Danach ging es nämlich schon wieder ins Lager um den tagesaktuellen Beitrag zu drehen, während Eduard Rittinger den Trailer für den Folgetag finalisierte. Mittags war der vorproduzierte Beitrag über die Waffen im 30-jährigen Krieg geplant. Hier verzögerte sich allerdings der Upload wieder, da das Problem noch nicht vollständig behoben werden konnte und somit gab es zuerst den Trailer zum Theater auf dem Marktplatz. Aktuell gedreht wurde an diesem Tag das Wallenstein-Quiz, das eigentlich noch am selben Tag hätte online gehen sollen, was aber nicht möglich war.

Das Wallenstein-Quiz wurde somit für den Folgetag fertig gestellt, sowie der Trailer für die Reiterspiele hochgeladen. Der Beitrag über „Beauty im Barock“ wurde gekippt, da er aus Zeitgründen nicht vorproduziert werden konnte, sowie das Programm mit der Verschiebung der Beiträge voll war. Aktuell wurde am Mittwoch die „Lager-Action“ gedreht. Ein Beitrag über die unterschiedlichsten Aktivitäten, die im Wallenstein-Lager gemacht werden können. Außerdem opfert sich im Video ein „Zivilist“ und sprintet in Alltagskleidung durch das historische Lager. Außerdem folgt der Trailer zu den Reiterspielen, welcher am Montag von Christina Dörr gefilmt und geschnitten wurde.

Das Video über die Lageraktivitäten konnte ebenso nicht am selben Tag fertig gestellt werden, sondern folgte dann am Donnerstag. Abends gab es den Trailer zu den am Montag ebenfalls gefilmten Exerzierübungen der Gastgruppen auf dem Marktplatz. Der aktuell gefilmte Beitrag am Donnerstag sollte der Outfit-Check sein, aber durch die Verschiebung aller Beiträge wurde dieser wiederum erst für den Folgetag fertig gestellt. Das für Donnerstag geplante Interview mit den Organisatoren zu einer Art Zwischenbilanz konnte nicht stattfinden, da die Interview-Partner aus Zeitgründen nicht zur Verfügung stehen konnten.

Für Freitag fix geplant war von vorn herein ein Zusammenschnitt des „Tanz auf dem Kopfstein“. Daraus wurde allerdings ein Zusammenschnitt des nächtlichen Fackelum-

zuges der Soldatengruppen, der am Donnerstag von Christina Dörr gefilmt und am Freitag aktuell geschnitten wurde. Außerdem ergab sich aus einem spontanen Mini-konzert der Wallenstein TV-Partner „Vermaledeyt“ ein weiteres Video, das am Freitag hochgeladen werden konnte. Der für den Vortag geplante Beitrag „Wallenstein Outfit-Check“ konnte auch erst am Freitag veröffentlicht werden. Der aktuell geplante Beitrag über die Küche im 30-jährigen Krieg und was es alles im Lager zu essen gibt, wurde Freitag gefilmt und geschnitten, aber aufgrund der bereits fertiggestellten Beiträge auf Samstag verschoben. Die Top 10 der Wallenstein-Erlebnisse konnten am selben Tag aus Zeitmangel nicht mehr umgesetzt werden.

Am Samstag erkundete das Team von Wallenstein TV den Handwerkermarkt. Dieser Beitrag wurde tatsächlich am selben Tag gefilmt, geschnitten und hochgeladen. Dies war der erste Tag an dem der Arbeitsgang so geklappt hat, wie geplant. Der weitere geplante Beitrag über das Lagerleben bei Nacht wurde nicht mehr umgesetzt, da es bereits am Vortag zwei Beiträge mit ähnlicher Thematik gab, nämlich den Fackelzug, sowie das Vermaledeyt-Konzert. Es waren trotzdem zwei Beiträge für diesen Tag vorhanden, da der Clip über das Essen auf Samstag verschoben wurde und der Beitrag über den Handwerkermarkt aktuell fertiggestellt war.

Das Programm für den Sonntag hat sich auch etwas verändert. Geplant war ein Zusammenschnitt der schönsten Bilder, welcher auch bereits nachmittags online ging. Außerdem ein abschließendes Fazit von Besuchern, Mitwirkenden und Organisatoren, sowie eine Verabschiedung von Wallenstein TV und das abschließende Feuerwerk. Da sich am Samstag spontan noch ein Dreh ergeben hatte, weil ein Pärchen im Wallenstein-Kostüm heiratete, wurde dieser Beitrag noch für den Sonntag vorbereitet. Außerdem war es dem Team nun doch möglich, die große Exerziervorführung der Soldatentruppen im Stadtpark zu filmen, welche einen weiteren Beitrag hergab. Daher wurde das Fazit, sowie der Feuerwerk-Beitrag zusammengefasst und auf den Montag nach den Festspielen verlegt, um einen schönen Abschluss zu schaffen. Dieser letzte Beitrag wurde ebenfalls von Christina Dörr bearbeitet.

Bei der Umsetzung kristallisierten sich sehr schnell Probleme heraus, die vorab so nicht bedacht wurden. Die Schwierigkeiten beim Video-Upload waren nicht etwa auf einen Fehler an der Bearbeitung oder den Internetanbieter zurück zu führen, sondern lagen an den Leitungen. Es gibt offensichtlich in einigen Stadtteilen Memmingsens noch keine schnelle DSL-Leitung und der Ort des Uploads lag unglücklicherweise in einem solchen Stadtteil. Deshalb musste für jeden Upload zu einem Freund gefahren werden, bei dem die Leitungen besser waren. Da dies viel Zeit in Anspruch nahm, sowie der Schnittassistent Eduard Rittinger selbst bei Wallenstein involviert war und Dienste übernehmen musste. Entstanden öfters zeitliche Engpässe, die nur dadurch gelöst werden konnten, dass man die Beiträge auf den Folgetag verschob. Dass manche Bei-

träge nicht umsetzbar waren lag auch meistens an der begrenzten Zeit, die zur Verfügung stand. Es galt: „Kill your darlings“, einige Beiträge mussten rausgelassen werden. Da sich aber durch spontane Angebote auch noch andere Beiträge im Laufe der Woche ergeben haben, war dieser Umstand des Weglassens verschmerzbar. Insgesamt konnten somit 22 Videos produziert und hochgeladen werden, das entspricht 2,75 Videos pro Tag.

5.3 Chancen und Risiken

Bei einem solchen Projekt gibt es sowohl Chancen, als auch Risiken bzw. Schwierigkeiten. Die Chancen bestehen im Erfolg. Leitet man die Erfolgchancen mit dem rapiden Wachstum des Social Media Bereichs einher, so sollte ein derartiges Projekt auf dieser Ebene großen Anklang finden. Online-TV ist das Entertainment der Zukunft und immer mehr Unternehmen machen sich die Wirkung von viralen Spots und Youtube-Auftritten zu Nutzen. Es gibt sogar Personen, die ihr gesamtes Einkommen über Youtube erzielen, indem sie Videos produzieren, die von unzähligen Usern aufgerufen werden, was wiederum interessant für die Werbeindustrie ist. Ein Beispiel hierfür ist die amerikanische Kabarettistin Jenna Marbles. Bei Wallenstein TV geht es nicht um Profit, aber das gesteigerte Interesse am Online-TV durch die Nutzer der sozialen Netzwerke stellt eine große Chance für die erfolgreiche Umsetzung des Projektes dar.

Aber Risiken sind wie immer vorprogrammiert. Ein Hauptrisiko ist die Zielgruppe. Besucher und Mitwirkende der historischen Veranstaltung befinden sich mit dem Altersdurchschnitt in etwa bei 35-40 und älter. Es ist schwierig eine solche Zielgruppe für die neuen Medien zu begeistern. Besonders soziale Netzwerke wie Facebook stoßen hier auf große Ablehnung wegen den Gerüchten um den Datenmissbrauch. Außerdem wird nicht jeder der Mitwirkenden das Projekt in dem Sinn unterstützen, dass sie das Team bei sich im Lager willkommen heißen. Es ist schwierig, den Spagat zu schaffen und den Nutzern zu erklären, wozu das Projekt gut sein soll. Auch aus den Reihen des Fischertagsvereins – den Organisatoren – ist Widerstand zu erwarten. Nicht nur, weil der Online Sender ein direktes Konkurrenz-Produkt zu ihrem eigenen Marketing-Auftritt darstellt, sondern auch weil die Befürchtungen, es könnte sich um eine kommerzielle Nutzung handeln, verdichten. Ein weiteres Risiko besteht in der Umsetzung. Normalerweise besteht ein Sender aus mehr Personen als drei. Wallenstein TV setzt sich aus dem Team der Moderatorin Christina Dörr, Kamermann Bastian Dörr, sowie Cutter Eduard Rittinger zusammen. Jeder einzelne ist für die Umsetzung des Projektes unentbehrlich und bei einem Ausfall kann dies zu verheerenden Folgen führen, die den Ablauf des Projektes negativ beeinträchtigen können.

Es muss stets mit dem Schlimmsten gerechnet und das Beste gehofft werden.

6 Untersuchung der Werbewirkung

6.1 Zielgruppen-/Nutzungsanalyse

Bei der Analyse der Zielgruppen und deren Nutzungsverhalten des Social Media Kanals wird sich ausschließlich auf die sozialen Netzwerke beschränkt. Die Bereitstellung einer Homepage war ein zusätzliches Feature, die aber in der der Erhebung der Social Media Untersuchung keine Rolle spielt.



Abbildung 22: Wallenstein TV - Facebookseite am 07.08.12, 12.00 Uhr (Quelle: www.facebook.com/wallensteintv)

Zum Abschluss der Festspiele und zur Stichzeit am 07.08.12 um 12.00 Uhr mittags hat die Facebookseite von Wallenstein TV 634 Fans. Bedenkt man die Einstiegszahl der „Gefällt mir“-Angaben vor Beginn der Wallensteinwoche und vor Veröffentlichung des ersten Beitrags, als die Fan-Quote bei etwas über 250 lag, so kann eine Steigerung der Fan-Aktivität von 153,6 % innerhalb von zwei Wochen errechnet werden.

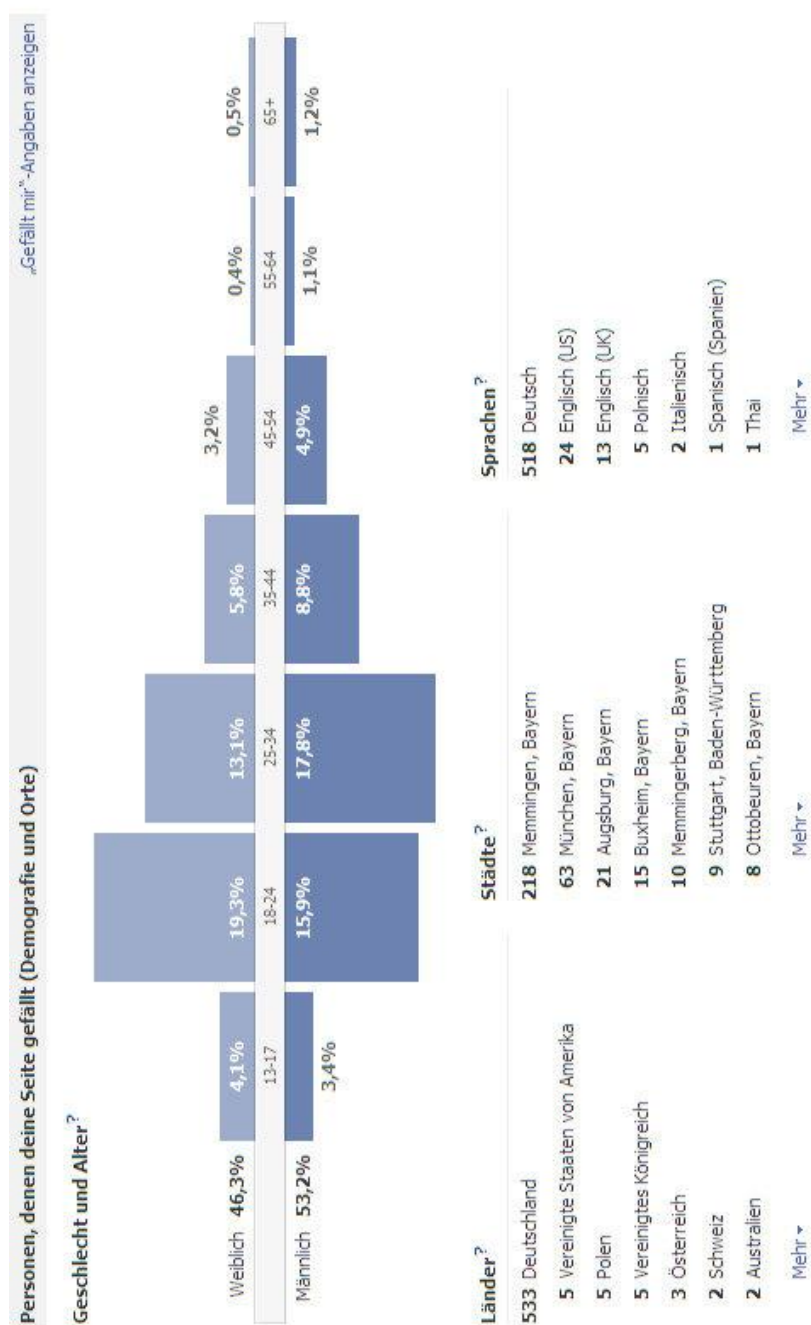


Abbildung 23: Nutzerstatistik "Wallenstein TV" nach Demografie und Ort (Quelle: www.facebook.com/wallensteintv)

Bei der demografischen Darstellung der Nutzer fällt auf, dass die Hauptanzahl der erreichten Fans aus Deutschland kommt, allerdings nur ein Drittel davon aus der Stadt Memmingen selbst, was das übergreifende Interesse deutlich werden lässt und die Intention von Wallenstein TV, Personen von außerhalb zu erreichen bestätigt. Auch bei Betrachtung der Hauptzielgruppe, nämlich der 18-24 Jährigen, die etwa ein Fünftel der Fans ausmachte zeigt, dass die Rechnung, junge Menschen für die Festspiele zu begeistern, aufgegangen ist.

Bei genauerer Untersuchung der Seitenaufrufe kann festgestellt werden, dass die meisten über einen direkten Aufruf der Facebookseite erfolgten. Auffällig ist der große Sprung, den die Kurve am ersten Tag der Festspiele, dem Sonntag, 29.07.12 mit fast 500 Seitenaufrufen macht. Der starke Abfall und das Wiederansteigen der Kurve ist auf den Erwartungshorizont der Nutzer zurückzuführen. Die Fans sind sich zu diesem Zeitpunkt noch nicht bewusst, welcher Inhalt auf der Seite für sie bereit gestellt wird und viele Mitwirkende haben bei den Festspielen selbst zunächst alle Hände voll zu tun. Dies erklärt den Knick in der Statistik.

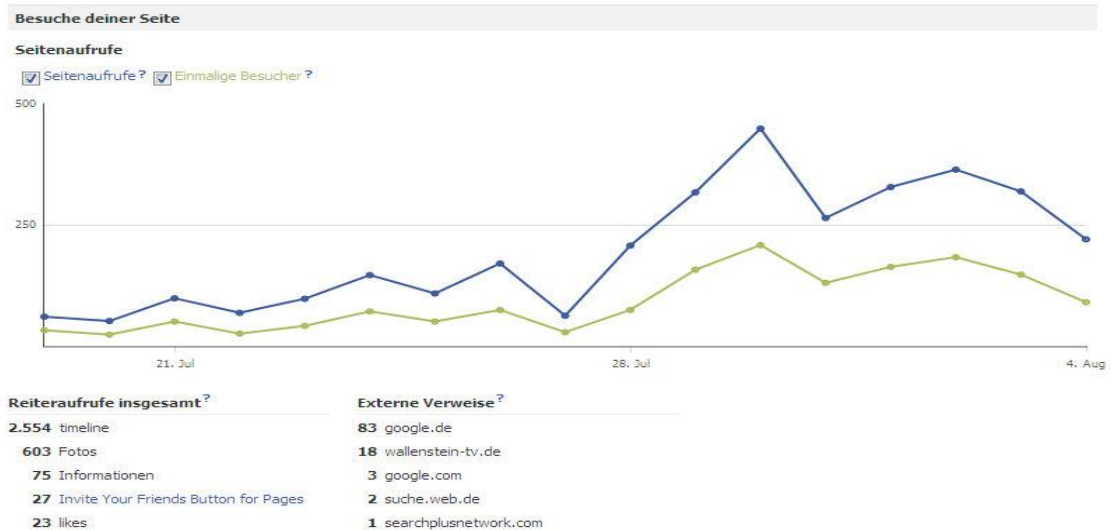


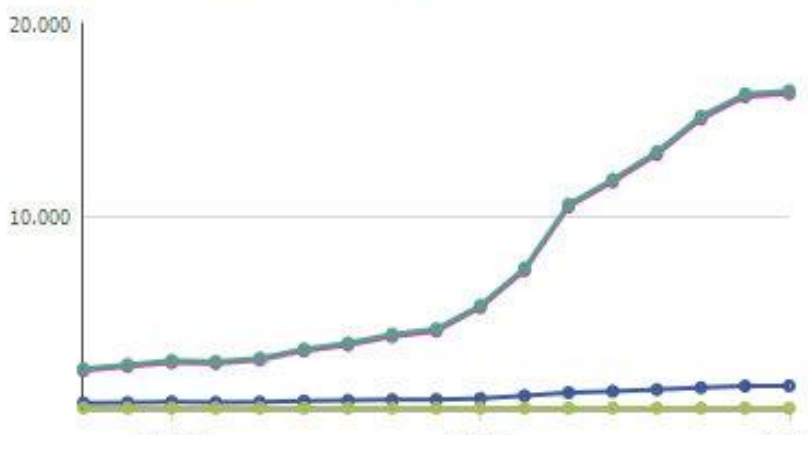
Abbildung 24: Nutzerstatistik nach Seitenaufrufen (Quelle: www.facebook.com/wallensteintv)

Wie du Nutzer erreicht hast (Reichweite und Frequenz)

Alle Seiteninhalte

Reichweite?

☒ Organisch ☒ Bezahlt ☒ Viral ☒ Insgesamt



Betrachtet man die absolute Reichweite der geteilten Inhalte von Wallenstein TV, so kann ein positives Ergebnis herausgelesen werden, besonders was die Viralität betrifft. So werden bis Projektende über 16000 erreichte Personen gezählt, wobei die Kurve der viral erreichten Nutzer nahezu kongruent zur Kurve der insgesamt erreichten Nutzer ist.

Abbildung 25: Nutzerstatistik nach Reichweite und Frequenz (Quelle: www.facebook.com/wallensteintv)

Dies beweist das hohe Maß an Viralität, das mit Social Networks einhergeht und auch Sinn und Zweck des Marketings auf dieser Ebene darstellt. Da das Projekt durch keine Werbeanzeigen gesponsert wird, zeigt die Zahl der durch Bezahlung erreichten Nutzer natürlich stets keine an.

Bei der Anzahl der erreichten Personen ist auffällig, dass das Verhältnis von männlichen und weiblichen Nutzern, die erreicht wurden nahezu 50/50 beträgt. Dieses Verhältnis findet sich jedoch lediglich bei Betrachtung der Nutzer des Social Media Kanals via Facebook und lässt sich nicht auf die Nutzergattung des Videoportals Youtube übertragen.

Die Anzahl der Views auf der Videoplattform Youtube beträgt am Stichtag 12675 und zwanzig Personen haben die Videos des Social Media Kanals abonniert. Umgerechnet auf die Zeit ab dem ersten Video-Upload von Wallenstein TV kann hier eine Viewer-Anzahl von 905 Views pro Tag manifestiert werden. Dies ist in Anbetracht auf die Reichweite der Social Media Seite ein gutes Ergebnis.



Abbildung 26: Youtube-Views "Wallenstein TV" (Quelle: www.youtube.com/wallensteintv)

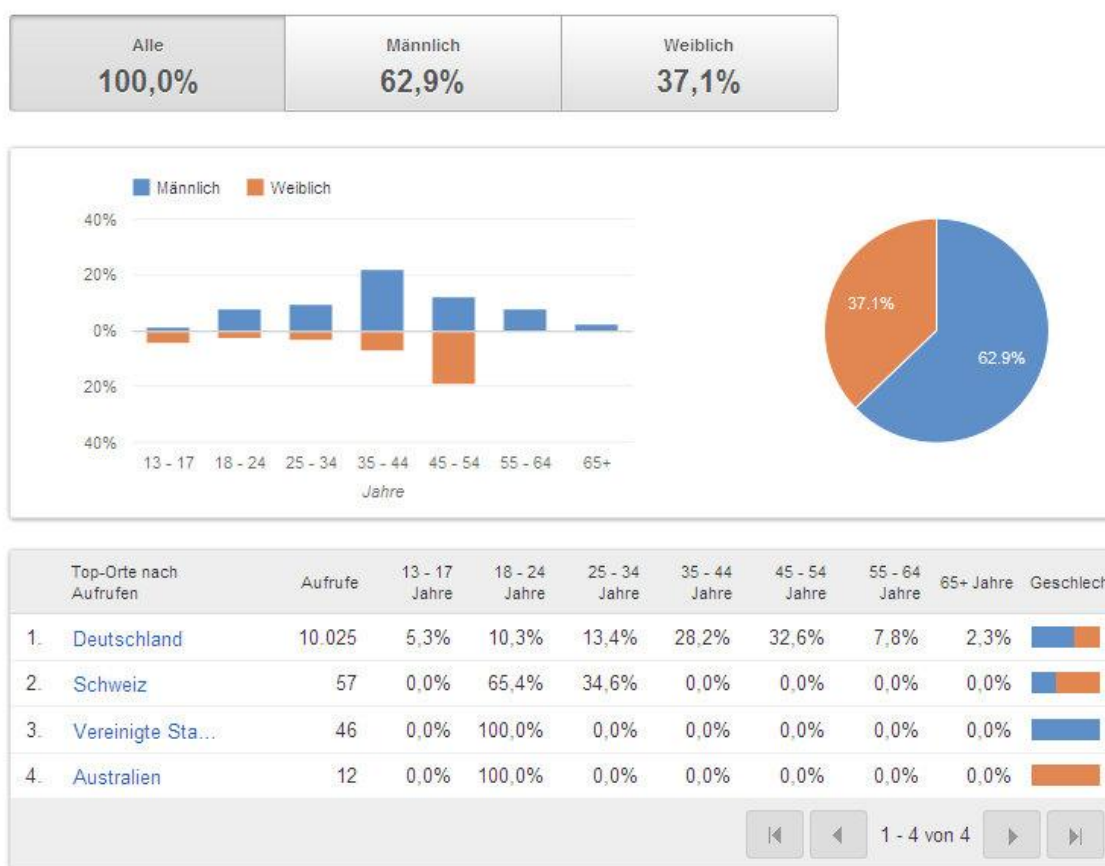


Abbildung 27: Nutzerstatistik: "Wallenstein TV" Youtube-Kanal (Quelle: www.youtube.com/wallensteintv)

Bei Betrachtung der Youtube-Statistik fällt wie zuvor bereits erwähnt auf, dass sich das Nutzerverhältnis zu über 60 % nach Männern orientiert. Auch hier fällt auf, dass die meisten Zugriffe aus dem deutschsprachigen Raum erfolgen. Interessant jedoch ist die Verteilung der Aufrufe, vergleicht man das Land mit den Hauptaufrufen, nämlich Deutschland, mit dem Land mit den zweitmeisten Aufrufen, der Schweiz. Während in Deutschland die Zielgruppen von 35-44 Jahre, sowie 45-54 Jahre die Hauptzugriffszahlen haben, so orientieren sich die Nutzer in der Schweiz eher in die jüngere Richtung, nämlich von 18-24 Jahren, sowie 25-34 Jahre. Außerdem interessant ist, dass die weibliche Hauptzielgruppe älter ist, als die männliche.

Nach der Analyse der Nutzerzahlen nach Demografie, Reichweite und prozentualer Aufteilung in weiblich und männlich sollen nun die Viewer-Zahlen der fünf beliebtesten Wallenstein TV-Videos genauer unter die Lupe genommen werden. Ähnlich wie beim Quoten-System im Fernsehen kann hier genau untersucht werden, warum die Nutzerzahlen so hoch sind. Hierzu ist außerdem eine eingehende Betrachtung des Inhalts notwendig, um favorisierte Themen der Nutzer herauskristalisieren zu können.

Top-10-Videos [Alle Videos durchsuchen](#)

Video	Aufrufe ↓	Positive Bewertungen	Kommentare
1. Herzlich Willkommen bei Wallenstein TV	1.929	6	1
2. Blick hinter die Wallenstein-Kulissen	1.280	3	0
3. Einzug Wallensteins in Memmingen	1.253	5	3
4. Lager-Action	813	0	0
5. Wochenausblick Besucher, Mitwirkende	748	0	0

Abbildung 28: Statistik - Youtube Top-10-Videos von Wallenstein TV (Quelle: www.youtube.com/wallensteintv)

Nach dem Youtube-Ranking zu urteilen gibt es bei den Videos einen ganz klaren Spitzenreiter. Der Vorstellungscip von Wallenstein TV ist mit fast 2000 Aufrufen das beliebteste Video im Wallenstein TV-Programm. Obwohl das Video schlicht gehalten ist und lediglich Intro und Outro, sowie eine Moderation beinhaltet wurde es von den Nutzern am meisten angesehen. Die Erklärung hierfür liegt auf der Hand. Es ist das allererste Video, das hochgeladen und gepostet wurde. Die User zeigen mit den Klick-Zahlen das hohe Interesse daran, was bei Wallenstein TV geschieht. Auch die Verpackung der Clips wird hier erstmals veröffentlicht und besonders interessant ist hierbei der Aufbau des Intros. Dieses ist nämlich gespickt mit Ausschnitten aus den Filmaufnahmen von Wallenstein 1983, also den zweiten Wallensteinfestspielen, die überhaupt stattgefunden haben. Außerdem wird moderativ geschildert, was die Zuschauer bei Wallenstein TV zu erwarten haben. Das Video ist mit den meisten Klicks und 6 positiven Bewertungen zu recht auf Platz 1 im Ranking.

Das zweitbeliebteste Video ist auch dasselbe, das als zweites veröffentlicht wurde. Ein Zusammenschnitt aus den verschiedenen Vorbereitungen für die Wallensteinfestspiele. Hier wurden Proben von Gauklern, Tänzern und Reitern besucht, sowie der Lager-Aufbau gefilmt. Das Video hat 1280 Aufrufe, die sich damit erklären lassen, dass es sich hierbei um den ersten richtigen Video-Beitrag mit Content handelt, auf den die Fans schon lange gewartet haben. Außerdem ist die Thematik für den Zuschauer spannend, da sich viele zunächst nicht vorstellen konnten, was eigentlich alles hinter den Festspielen steckt. Das Video liefert hierzu einen umfassenden Einblick.

An dritter Stelle findet sich der Beitrag über den Einzug Wallensteins nach Memmingen wieder. Es handelt sich um einen Zusammenschnitt des historischen Umzugs, der am ersten Sonntag der Wallensteinfestspiele stattfindet. Dies ist eines der beliebtesten Events während der Festspiele und nach Angaben des Fischertagsvereins wurden bereits an diesem Tag 50 000 Besucher gezählt. Deshalb ist es nicht verwunderlich, dass am Video darüber großes Interesse besteht. Nicht nur, weil alle Mitwirkenden beim Umzug mitlaufen und sich selbst im Video sehen wollen, sondern auch weil die Besucher sich alles gerne noch einmal ansehen.

Auf dem vierten Platz befindet sich das Video „Lager-Action“. Hierbei wurde zum Einen ein „Zivilist“ gefilmt, wie er sich wagemutig ins Lager stürzt, zum Anderen die unterschiedlichsten Lager-Attraktionen getestet. Das Team wurde für diesen Beitrag vom Kamera-Hersteller „gobandit“ gesponsert und die Head-Kamera taucht auch im Video auf. Dies macht sich auch in den Zahlen bemerkbar, da gobandit das Video ebenso verlinkt hat. Außerdem geht es im Beitrag um Spaß und Entertainment und es ist Action geboten. Das Zuber-Bad des Zivilisten ist das Sahnehäubchen des Beitrags.

Im Ranking der beliebtesten Videos belegt der Wochenausblick der Besucher den fünften Platz. Nicht nur die Tatsache, dass auch dieses Video sehr früh veröffentlicht wurde macht es zu einem der Favoriten, sondern auch der Fakt, dass viele Mitwirkende und Besucher mit eingebunden wurden. Alle gefilmten O-Ton-Geber haben eine Visitenkarte von Wallenstein TV bekommen und konnten sich somit gleich den Beitrag, in dem sie selbst vorkommen anschauen. Dieser Interaktionsfaktor hat zur hohen Anzahl der Klicks auf den Beitrag beigetragen.

6.2 Bewertendes Fazit

Nach Angaben des veranstaltenden Fischertagsvereins haben sich die Besucherzahlen im Vergleich zum vorherigen Wallenstein 2008 deutlich verbessert. Eine genaue Bilanz konnte jedoch bisher nicht eingesehen werden. Die Zahlen rund um den Social Media Kanal Wallenstein TV belegen einen großen Zuwachs der Werbewirkung und Interaktivität. Probleme beim Projekt-Verlauf wurden stets bestmöglich behoben und zu Vorteilen umgewandelt. Durch die Umstrukturierung der Beiträge entstand lediglich am ersten Sonntag der Festspiele eine kleine Lücke im Programm, da nur ein Beitrag veröffentlicht werden konnte. Nutzer-Anregungen wie beispielsweise das Belassen des Originaltons in den Videos mit Trommeln wurden nach Möglichkeit umgesetzt. Insgesamt hat die Kommunikation im Team und Koordination der Beiträge einwandfrei funktioniert und das Publikum konnte stets mit neuen Beiträgen versorgt werden. Ein besserer Verlauf hätte nur gewährleistet werden können, wenn die Internet-Leitung einwandfrei funktioniert hätte, das Team etwas größer gewesen wäre, sowie die Team-Mitglieder nicht alle selbst bei Wallenstein involviert gewesen wären.

Alles in allem wurde das Beste daraus gemacht. Das durchwegs positive Feedback lässt auf ein erfolgreiches Social Media Projekt schließen. Die deutliche Vermehrung der Fans, sowie Aufrufe bei Youtube zeigen einen ungemeinen Zuspruch, der das Ergebnis des Projektes geradezu beflügelt. Aber nicht nur in den Zahlen äußert sich das

außerordentlich gute Feedback, sondern auch in den Kommentaren der Fans und Zuschauer:

Manuel Welte: „weiter so, super Sache...“¹²

Winfried Maestele: „Vielen Dank für die herrlichen Videos, die süchtig nach Wallenstein machten!“¹³

Anja Moyeli: „so, ich muss hier jetzt mal ein Großes Lob aussprechen :) Die Videos sind echt super und gerade die Leute, die nicht wissen, was während Wallenstein in MM eigentlich so los ist, können sich dann ein bisschen mehr darunter vorstellen.“¹⁴

¹² Kommentar auf www.facebook.com/wallensteintv zum Beitrag „Geschichte der Wallensteinfestspiele in Memmingen“ am 30. Juli

¹³ Kommentar auf www.facebook.com/wallensteintv zum Beitrag „Wallenstein 2012 – Feuerwerk & Fazit“ am 06. August

¹⁴ Kommentar auf der Pinnwand von www.facebook.com/wallensteintv

Literaturverzeichnis

Selbständige Publikationen:

MANN Golo: Wallenstein - Sein Leben erzählt nach Golo Mann, Frankfurt am Main 2006

MARGRAF Sandra: Strategische Multi Channel & Social Media im CRM. Entwicklung einer ganzheitlichen Multi Channel Management Strategie inklusive Social Media, München 2011

WEDGWOOD Cicely Victoria: „Der Dreißigjährige Krieg“, Aus dem Englischen von A.G. Girschick, Hamburg 2011

Online-Quellen:

Artikel "Social Media Marketing – URL: www.absatzwirtschaft.de

Definition Web 2.0. – URL: www.wikipedia.org

Facebook Nutzer-Zahlen – URL: www.newsroom.fb.com

Facebook Insights – URL: www.allfacebook.de

Wallenstein TV-Homepage – URL: www.wallenstein-tv.de

Wallenstein TV-Facebookseite – URL: www.facebook.com/wallensteintv

Wallenstein TV-Youtube-Kanal – URL: www.youtube.com/wallensteintv

Anlagen

Artikel über Wallenstein TV aus der Memminger Zeitung

Homepage-Layouts

USB-Stick mit allen Beiträgen von Wallenstein TV

Wallenstein TV-Visitenkarte

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum

Vorname Nachname